



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**Escuela Académico Profesional de Administración
en Turismo y Hotelería**

Percepción de la comunidad receptora de la actividad turística en la provincia
de Casma año 2017

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACION EN TURISMO Y HOTELERIA**

Autor

Galletta Toribio , Yngrid Celene

Asesor

Mg. Barinotto Roncal Patricia

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Patrimonio y Recursos Turísticos

TRUJILLO – PERU

2017

PÁGINA DE JURADO

**MG. BARINOTTO RONCAL PATRICIA
PRESIDENTE**

**MG. YEPJEN RAMOS ALEJADRO
SECRETARIO**

**MG. CHAMORRO RODRIGUEZ SHIRLEY
VOCAL**

Dedicatoria

A Dios, porque él siempre ha estado presente en cada decisión que he tomado y porque ahora me brinda salud y vida para culminar esta etapa con satisfacción.

A mis padres, por brindarme los recursos necesarios y estar pendiente de mí, y a mi familia en general, por cuidar de mí y apoyarme en todo.

A mi querido novio y abuela, que gracias a ellos me enseñaron a ser perseverante en mis metas, gracias por guiarme por el buen camino y aspirar ser profesional con la carrera con la que me identifico.

Agradecimiento

Agradezco a mi familia por el apoyo incondicional en el desarrollo de esta tesis.

A mi asesora metodológica Mg. Patricia Barinotto Roncal que me brindó atención durante el desarrollo de mi investigación, gracias por brindarme su apoyo, paciencia, confianza.

Y sin duda, agradezco a mis amigos por mostrarme su apoyo y por alentarme a seguir adelante.

A todos ustedes un agradecimiento especial

Declaración

Yo, Yngrid Galletta Toribio alumno de X ciclo de la escuela de Administración en Turismo y Hotelería, declara que el siguiente trabajo ha sido totalmente elaborado por mi persona y que en el no existe plagio alguno, o copia de otras investigaciones existentes por cualquier persona o institución.

Así mismo se corrobora que las citas tomadas de otros autores conservan su originalidad y se encuentran debidamente citadas y referenciadas al autor perteneciente.

De esta manera asumo mi total compromiso y responsabilidad ante cualquier intento de plagio o copia en el presente documento de investigación que ostenta el grado de título profesional, y afirmo que el presente estudio se somete a las normas académicas de la Universidad Cesar Vallejo.

Asimismo autorizo a la universidad a declarar publicar la investigación si así lo cree pertinente o necesario.



Yngrid Galletta Toribio

DNI 47231534

Presentación

Señores:

Miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo presento ante ustedes la tesis titulada Percepción de la Comunidad Receptora de la Actividad Turística en la Provincia de Casma año 2016 , finalmente someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos aprobados para obtener el título profesional de Administrador en Hotelería y Turismo

Agradezco por anticipado su atención y dedicación brindada el análisis del presente trabajo.

Atentamente,

El Autor

Índice

Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento	iv
Declaración.....	¡Error! Marcador no definido.
Presentación	vi
Resumen.....	9
Abstract	10
I. INTRODUCCIÓN	11
1.1 Realidad Problemática.....	11
1.2 Trabajos previos.....	12
1.3 Teorías relacionadas al tema.....	14
1.4 Formulación del problema	23
1.5 Justificación del estudio.....	23
1.6 Hipótesis.....	24
1.7 Objetivos	24
II. METODOS	25
2.1. Diseño de investigación:.....	26
2.2. Variables, Operacionalización	26
2.3. Población y Muestra.....	28
2.4 Técnicas e instrumentos.....	28
2.5 Métodos de análisis de datos	29
2.6 Aspectos éticos	29
III. RESULTADOS	30
IV. DISCUSIÓN.....	37
V. CONCLUSIONES	39
VI.RECOMENDACIONES.....	41
VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	42
Anexos	43

Resumen

El Desarrollo de la presente investigación tuvo como finalidad determinar el nivel de percepción en relación a la actividad turística que existe en la provincia de Casma año 2016. La metodología de investigación aplicada correspondió a un estudio descriptivo , se utilizó la técnica de encuestas y observación directa para obtener la información correspondiente y poder desarrollar los objetivos propuestos, para ello se empleó 1 cuestionario estructurados y validados por tres jueces, mediante los cuales se aplicó la escala de Likert, teniendo niveles del 1 al 5 siendo los siguientes: Totalmente en desacuerdo, Desacuerdo, Adecuado, De acuerdo, Muy de acuerdo, los instrumentos fueron aplicados a la población de Casma. La percepción fue medida en tres niveles que son los siguientes: Bueno, Regular y Malo, basada en el autor Botero. Los resultados presentaron que la percepción social es Buena con un resultado de 7.4, la percepción ecológica es Mala con un resultado de 2.3, la percepción económica es buena con un resultado de 4.8, mientras que la percepción turística es regular con un resultado de 3.6. Al final, se propuso un taller de interpretación para que la provincia de Casma mantenga o mejore su percepción con relación a la actividad turística.

Palabras clave: comunidad receptora, actividad turística.

Abstract

The development of the present investigation had the purpose of determining the level of perception in relation to the tourist activity that exists in the province of Casma year 2016. The applied research methodology corresponded to a descriptive study, the technique of surveys and direct observation was used to obtain the corresponding information and to be able to develop the proposed objectives. For this purpose, a questionnaire was used structured and validated by three judges, through which it was applied The Likert scale, having levels from 1 to 5 being as follows: Strongly disagree, Disagree, Adequate, Agree, Strongly agree, the instruments were applied to the population of Casma. The perception was measured in three levels that are: Good, Regular and Bad, based on the author Botero. The results showed that the social perception is good with a result of 7.4, the ecological perception is poor with a result of 2.3, the economic perception is good with a result of 4.8, while the tourist perception is regular with a result of 3.6. In the end, an interpretation workshop was proposed so that the province of Casma maintains or improves its perception in relation to the tourist activity.

Keywords: receiving community, tourist activity.

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad Problemática

Esta investigación se realiza con el fin de tener en cuenta la percepción de la comunidad receptora frente a la actividad turística, además da un mayor conocimiento de los beneficios que tiene el turismo en la zona de Casma en el año 2016.

En el ámbito internacional los países desarrollados han sido los protagonistas principales de los flujos turísticos, tanto de entrada como de salida , teniendo como principales países receptores de turismo internacional a Canadá y Estados Unidos, además de la Unión Europea y China, y considerados países de desarrollo a la Federación de Rusia y México. Los países desarrollados sólo atraen cerca del cuarenta por ciento de las llegadas internacionales de turismo.

En el ámbito nacional, la percepción de la comunidad receptora es un factor fundamental en el crecimiento de la actividad turística, integrándose a la planeación de dicha actividad recibiendo de forma directa los impactos positivos y negativos derivados a la actividad turística.

En el ámbito regional, la comunidad anfitriona es primordial dentro de la actividad turística debido a que forma parte inherente del destino que se desea visitar, pues expresa y transmitiendo su sentir con lo que lo rodea.

Casma es una de las provincias que cuenta con una variedad de atractivos turísticos y en donde se puede realizar uno de los tipo de turismo más realizado hoy en día como es el turismo de aventura, pero hoy en día no cuenta con la percepción de la comunidad estancando la llegada de turistas y para lograr que la percepción de la comunidad varíe se debe obtener una participación conjunta estableciendo como objetivo un beneficio común para toda la comunidad.

1.2 Trabajos previos

1.2.1 Trabajos Previos Internacionales

México (2008) en su artículo titulado como “La percepción de la comunidad en torno al turismo como factor de desarrollo”, Universidad autónoma de Nayarit, México, tiene objetivo identificar la percepción sobre la calidad turística con la que cuenta el destino concluyo que:

Del articulo desarrollado se ha determinado se pudo determinar que la percepción de los pobladores refleja algunas actitudes positivas y otras negativas frente al turismo , pero en su mayoría es a favor considerando que lo ven con una oportunidad de salir adelante por medio de los ingresos que se obtienen por medio del turismo. (p.25).

Argentina (2011), en su tesis que lleva por título “La percepción de la calidad del destino turístico Mar del Plata”, Universidad Internacional de Andalucía Argentina tiene objetivo identificar la percepción sobre la calidad turística con la que cuenta el destino concluyo que:

De la investigación desarrollada se ha determinado que la percepción de calidad será mayor en referencia a los elementos de la oferta cuya prestación hace referencia al sector privado. La demanda de los períodos vacacionales cortos (Semana Santa, Navidad, Año nuevo) es más exigente en cuanto a la calidad de la oferta que la que visita la ciudad (p.35).

1.2.2 Trabajos Previos Nacionales

Begazo (2005) en su investigación que lleva por título “Competitividad y percepción del servicio turístico peruano año 2005”, que tiene como objetivo Identificar la competitividad y la percepción del servicio turístico peruano, la metodología realizada fue descriptivo – explicativa y sus instrumentos de investigación utilizados son análisis documentos, entrevista directa y encuesta aplicándose a la población. En la que concluyo:

Nuestro país cuenta con diferentes destinos turísticos , pero que los turistas extranjeros prefieren Nazca , Lima , Cusco , dejando de la lados los destinos que ofrece el norte de nuestro país , ya que se considera que los establecimientos aún no llegan a cumplir con las expectativas de los turistas , observando que hace falta invertir para que exista la misma concurrencia de visitantes como el Sur del país. (p.30).

1.2.3 Trabajos Previos Regionales

Según Campos (2014) en su investigación que lleva por título “Participación de la población y su influencia en el desarrollo dela actividad turística en el distrito de Huamachuco para el año 2016 – La libertad”, Universidad Privada Cesar Vallejo, Perú que tiene como objetivo general “Identificar la influencia de las comunidades en la actividad turística en el distrito de Huamachuco”, la metodología que se utilizó es la observacional y los instrumentos utilizados fueron encuestas, En la que concluye:

Lograr que la población se involucre con el turismo de esta manera se podrá lograr que aumente la demanda turística, sumando la importancia que el poblador brinda a la actividad turística en un 57% y el rendimiento económico de los pobladores a causa de la actividad de turismo través de generar la creación de negocios y emprendimientos en la cuidad de Huamachuco en un 19% (p.90).

1.2.4 Trabajos Previos locales

Según García (2012) en su investigación que lleva por título “La percepción poblacional y su influencia en el desarrollo turístico del distrito de Simbal 2012”, Universidad Nacional de Trujillo, Perú que tiene como objetivo general “Analizar la percepción poblacional y su influencia de desarrollo turístico en el distrito de Simbal en el año 2012”, la metodología que se utilizó es la observacional y los instrumentos utilizados fueron encuestas. En la que concluye:

En el diagnóstico situacional se pudo determinar que la gran parte de la población tiene una percepción favorable frente a la actividad turística, teniendo así un resultado de que un 60% de la población se siente que el turismo es un beneficio económico, mientras que un 19% es más fácil trabajar en otras actividades que en el turismo (p.48).

1.3 Teorías relacionadas al tema

1.3.1 Comunidad receptora

Definición:

Según Monterrubio (2008) define que:

Es un factor importante dentro de la actividad turística tomando en cuenta de las comunidades aportan con sus costumbres, tradiciones al incremento de la actividad turística y que sin la participación de la comunidad no existiría el incremento del flujo turístico, es por eso que se debe tomar en cuenta que es fundamental que la comunidad receptora se involucre con el turismo (p.105).

Participación de la comunidad

Según Faulkner (2005) menciona que hay dos tipos de participación y estos son:

La participación privada: En esta participación se encuentra la participación social y comunitaria, aquí se realiza atender el interés común de la comunidad.

La participación pública: Nos dice que cumple aspectos más globales e incluye dentro de este la participación ciudadana y política (p.35).

1.3.2 Percepción de la comunidad

Definición

Kozier (1999) define que:

La percepción es todo aquel proceso relacionado con los sentidos , y por medio de ellos se obtiene la información respecto al medio en el que vivimos , y las acciones que podemos realizar con él es decir nos referimos a nuestros propios estados de ánimo.(p.12).

Brunt (1999), menciona que:

La percepción de la comunidad se estima como las actitudes positivas o negativas hacia el impulso de la actividad turística dentro de una determinada comunidad, de esta forma se deriva de la percepción; la percepción social en el que se ven involucrados los factores, sociales y culturales, además donde se abordan aspectos como opiniones, creencias, actitudes de la comunidad receptora (p.24).

Elementos

Según Day (2005), menciona que los principales elementos de la percepción son los siguientes:

Recepción sensorial: La base de la percepción es la recepción que proviene de todos nuestros sentidos por eso que si no tenemos sensación no podemos tener ningún tipo de percepción

La estructuración simbólica: La percepción siempre va relacionada con una representación, o con un concepto teniendo en cuenta que esto puede variar a través del tiempo y del medio donde nos encontramos.

Los elementos emocionales: Casi siempre las percepciones van vinculadas a nuestras emociones de nuestra propia persona desarrollando emociones agradables o desagradables (p.67).

Dimensiones

Según Botero (2011), menciona que existen 4 dimensiones dentro de la actividad turística y son las siguientes:

1. Dimensión social

Esta dimensión refiere a la habilidad de relacionarse con otras personas dentro de la comunidad y esta se consigue mediante una comunicación que implique una escucha activa, así como la puesta en práctica de actitudes empáticas y asertivas con los demás ya que todas las personas sentimos la necesidad de relacionarnos entre si y convivir con los demás, y estas son:

a) Interés del poblador en cuidar sus costumbres y tradiciones: La comunidad receptora debe tomar en consideración el valor importante que tiene todo nuestro antepasado (patrimonio cultural) de que de esta manera el turismo incrementa favorablemente, además se debe comprender que se trata de nuestra herencia cultural y que de tal manera forma parte de la identidad de las comunidades existentes y de las próximas generaciones.

b) Tradiciones y costumbres que practica el poblador: cada comunidad cuenta con diferentes costumbres y tradiciones pero es importante que éstas se mantengan a través de los años para que la actividad turística incremente, las costumbres en general se logran distinguir entre buenas que son aquellas que siempre cuentan con la aprobación social, y las malas costumbres que en lo general no cuentan con la aprobación social necesaria pero que muchas veces tratan de abarcar leyes promulgadas para tratar de modificar la conducta, mientras que las tradiciones son el conjunto de bienes culturales que una generación hereda a través de los años y se transmite a las siguientes generaciones.

c) Percepción sobre la actividad turística: Se refiere a los beneficios que encuentra la comunidad por medio de la actividad turística ya que la misma tiene un papel importante en una determinada comunidad, se refiere al conjunto de operaciones que se relacionan de forma directa o indirecta con el turismo o pueden influir de una u otra manera sobre él, y que tiene como objetivo ofrecer beneficios al país que se visita.

d) Percepción del poblador sobre el turismo como una actividad laboral: El turismo se ha consolidado como una actividad laboral a lo largo de los años, es por eso que las comunidades participan de él porque observan que ofrece un incremento económico al pasar del tiempo favoreciendo a los pobladores

e) Percepción del poblador en relación a la migración: Refiere a la amenaza que tiene la comunidad con respecto a la migración, implicando a la fijación de una calidad de vida distinta en un ambiente social político y económico diferente dentro de un determinado país, ciudad, distrito, provincia y que a su vez generaría un incremento de la población y diferentes oportunidades para personas ajenas al entorno.

f) Conflictos sociales: Los conflictos indispensablemente implica dos o más personas o grupos que tienen logran interactuar entre sí y siempre se observan dentro de un determinado lugar, lo cual se inicia cuando parte de la población percibe que otra parte lo ha afectado de forma negativa o que está apunto de afectar

algunos de sus intereses, todos los países cuentan con diferentes conflictos que muchas veces es necesario la intervención de las entidades públicas.

2. Dimensión Ecológica

Esta dimensión refiere a los posibles problemas de contaminación, de deforestación, depredación que observa la comunidad pero debido al incremento del turismo ha podido dar lugar a que se tomen medidas para el mejoramiento y conservación del medio ambiente, es por eso es de suma importancia que las comunidades y entes públicos participen aplicando normas y estrategias para el cuidado y preservación del ambiente.

a) Importancia del poblador sobre la preservación del lugar: Es de suma importancia que la comunidad contribuya con restauración y preservación de atractivos turísticos, además de objetos antiguos con los que puede contar el lugar, es importante mantener viva la cultura e historia de un lugar, impulsando y conservando el orgullo de la cultura local y el conocimiento de su propia historia

b) Importancia del poblador sobre los lugares históricos- culturales: Es importante que la comunidad receptora valore su patrimonio ya que este testifica la experiencia humana y sus aspiraciones, logrando en cada ser humano la oportunidad del descubrimiento propio, logrando unir a diferentes pueblos del mundo a través del entendimiento y la comprensión en vez de hacerlos indiferentes y distantes.

3. Dimensión Económica

La economía siempre es de vital importancia dentro de un país para poder contar con seguridad, transporte, oportunidades de empleo y comercio sin dejar de lado lo que la actividad turística puede generar, los turistas al llegar a destinos diferentes siempre dejan diferentes ingresos para el país.

a) Percepción del poblador en relación al transporte público: Las comunidades receptoras necesitan contar hoy en día a día con un transporte público de calidad y que ofrezca seguridad, además contar con vías de acceso en buenas condiciones,

para que de esta manera cuando los turistas desean conocer algún atractivo turístico no se obstaculice por alguna imperfección en las vías de acceso

b) Percepción del poblador en relación a las oportunidades de empleo que genera el turismo: El turismo hace años ha logrado generar al país un ingreso económico partiendo desde quienes laboran como recepcionistas en un hotel, o quienes son mozos o azafatas dentro de un restaurante en una zona turística, contando con un beneficio laboral gracias a que éstas zonas son visitadas por gente de diferentes países

c) Percepción del poblador en relación al comercio: Los turistas que llegan a visitar un determinado destino generan en la comunidad opciones de comercio, desde la estadía, alimentación pero también ese mismo turista, compra en el kiosco del barrio, utiliza el transporte público, visita el supermercado, etc. es de esta forma que logra que la comunidad observe una opción de trabajo por medio del comercio

d) Percepción del poblador en relación a las actividades del distrito: Refiere a la percepción que tiene la comunidad receptora frente a las actividades principales que son generadoras de muchos ingresos económicos para un determinado país , considerando que las actividades son todas aquellas acciones que el hombre realiza , aprovechando los recursos naturales en riquezas y bienes que satisfacen las necesidades vitales entre las más importantes tenemos las actividades extractivas , oferta y demanda (vida de mercado) , productivas ,extractivas (agricultura, pesca y minería) transformativas, distributivas (comercio).

4. Dimensión de turismo

El turismo ofrece ingresos económicos para el país, generando diferentes puestos de trabajo es por eso que la percepción de la comunidad es principal para que el turismo crezca con la participación e involucramiento por parte de las diferentes comunidades existentes, tomando como objetivo principal el incremento de la economía y la satisfacción de todos los pobladores , las actitudes de la comunidad pueden ser de manera positiva o negativa de todas formas varia y cambia la actividad turística para una posible mejora motivando a un desarrollo y a un

incremento del turismo , por eso en esta dimensión se considera los siguientes aspectos:

a) Percepción del poblador en relación a los proyectos turísticos: Un proyecto es fundamental para lograr que el destino sea conocido, aprovechado la fuente de ingresos generados, el sector turismo presenta características únicas dentro de la economía llevando a un efecto multiplicador en la economía.

En un proyecto de turismo, se considera una gran diversidad de actividades que pueden ser complementarias u opcionales como: servicios de alimentación, transporte, salud, deportes de aventura, excursiones, negocios, educación descanso, y esparcimiento.

b) Percepción del poblador sobre los ingresos económicos que se percibe por el turismo: Refiere que el turismo es generador de mayores ingresos y fuentes de trabajo, tanto directas como indirectas, en pequeñas y medianas empresas familiares (PyMES).

c) Número de puestos laborales generados en función a la actividad turística: El turismo ha logrado generar millones de empleos directos o indirectos , por medio del cual ofrece diferentes oportunidades de trabajo para los pobladores de la zona favoreciendo a la comunidad y al país en general (p.67-68-69).

1.3.2. Actividad turística

1.3.1. Definición

La SEDETUR (2004), menciona que:

Se considera como una de las principales actividades que cualquier persona puede realizar para el disfrute de un destino turístico debe ser por un periodo superior a 24 horas, esta comprende a su vez la contratación de alojamiento, medios de transporte logrando la satisfacer las expectativas de los visitantes. (p.21).

1.3.2. Tipología

La OMT (2005), menciona que:

La actividad turística se agrupa de acuerdo a diferentes modalidades agrupándose de acuerdo al propósito del viaje, con dos grandes modalidades turísticas estos son:

Turismo tradicional: Se mantiene principalmente en el turismo masivo y en la expansión de grandes instalaciones de alojamiento y esparcimiento. Los turistas que realizan este tipo de turismo frecuentemente presentan hábitos consumistas y demandan servicios sofisticados.

Turismo alternativo: Es una corriente de turismo que tiene como finalidad la realización de viajes donde el turista desarrolla actividades recreativas de contacto con la naturaleza y las expresiones culturales de comunidades rurales, indígenas y urbanas, respetando los patrimonios natural, cultural e histórico del lugar que visitan.

Esta modalidad de turismo está conformada por actividades que en su nombre indican su característica principal estos son:

Turismo cultural: Este tipo de turismo hace referencia a todos aquellos viajes que se realizan con el motivo de lograr interactuar con las comunidades de la zona y deseando intercambiar sus costumbres con las diferentes culturas que en su lugar se practican.

Turismo rural: Este tipo de turismo permite lograr el intercambio positivo entre visitantes y receptores.

Ecoturismo: Este tipo de turismo se realiza con el objetivo de ver los diferentes ecosistemas que existen, ayudando al bienestar de la comunidad local y a la conservación del medio ambiente.

Turismo de aventura: Conocido también como turismo deportivo, este es un tipo de turismo donde la adrenalina está presente, generalmente lo practican las personas que les gusta realizar deportes extremos y que no tienen ningún miedo o temor a las actividades que se realizan son tipos de turistas extremos.

Turismo místico o esotérico: En este tipo de turismo se utiliza todo aquel conocimiento ancestral y elementos naturales y es realizada por brujos, chamanes, médicos, sanadores entre otros tipos de médicos brujos (p.27-28).

1.3.3. Planta Turística

Según la OMT (2007) menciona que:

La planta turística es el conjunto de empresas, personas que prestan servicio al turismo.

Y estos son:

Los hoteleros agrupan a:

Hoteles: establecimiento que ofrece alojamiento y estos se puede clasificar de 5 a 1 estrellas y según la reglamentación vigente en nuestro país, siendo el de 5 estrellas el que brinda mayores y mejores servicios complementarios.

Hoteles-apartamento: ofrecen todos los mismos servicios de los hoteles, pero cuentan adicionalmente con diferentes ambientes para la conservación, preparación y consumo de alimentos fríos y calientes.

Los extras hoteleros agrupan a:

Casa de alojamiento: Son normalmente particulares, prestan servicios en época de alta demanda turística (navidad, año nuevo o alguna, festividades principal de la zona) y que contribuyen a ampliar la oferta de un determinado destino.

Casas rurales: comprende las habitaciones de las comunidades campesinas que han sido adaptadas especialmente para recibir a turistas.

Restaurantes: Son aquellos establecimientos donde ofrecen comidas y bebidas preparadas al público en el mismo local.

1.4 Formulación del problema

¿Cuál es la percepción de la comunidad receptora de la actividad turística de provincia de Casma?

1.5 Justificación del estudio

La investigación tiene como finalidad determinar la percepción de la comunidad receptora de Casma que existe sobre la actividad turística, teniendo en cuenta la conveniencia que servirá para determinar si la actividad turística de Casma está limitada por su comunidad receptora o si ésta comunidad es proactiva y no encuentra respaldo en la política local, por otro lado la actividad turística es un recurso que tiene pero que requiere desarrollarse, y es uno de los pocos salidas que tiene para su desarrollo económico y su consecuente desarrollo social.

Ese proyecto es importante porque ayudará a determinar la percepción que existe por parte de los pobladores dentro de la provincia de Casma, a lograr que la

comunidad se involucre con la actividad turística, logrando la satisfacción del turista extranjero y nacional.

Desde el punto de vista metodológico, esta tesis da la oportunidad de conocer, entender y aplicar un método específico para medir el nivel de la percepción de la comunidad receptora de Casma y determinar si es buena, regular o mala, para la cual se utilizará como instrumento el cuestionario en toda la población de Casma.

Teóricamente, permitirá hacer una revisión del estado de conocimiento sobre las variables y contrastar porque un lugar como Casma tiene menor afluencia turística que otras provincias.

Desde el punto de vista práctico, se logrará determinar la percepción que tiene el poblador de Casma y los responsables del desarrollo del turismo y en qué medida cada uno limita o promueve y que pueden hacer ambos actores para el desarrollo del turismo.

1.6 Hipótesis

La percepción de la comunidad receptora de Casma es positiva, ya que se encuentra expresada en actitudes, interés o participación.

1.7 Objetivos

Objetivo General

Determinar el nivel de percepción de la comunidad receptora sobre la actividad turística de la provincia de Casma año 2016.

Objetivos Específicos

1. Identificar la percepción social que posee la comunidad receptora de la provincia de Casma año 2016.
2. Identificar la percepción ecológica que posee la comunidad receptora de la provincia de Casma año 2016.

3. Identificar la percepción económica que posee la comunidad receptora de la provincia de Casma año 2016.
4. Identificar la percepción turística que posee la comunidad receptora de la provincia de Casma año 2016.
5. Proponer un taller de interpretación y participación turística diseñados a la comunidad receptora de la provincia de Casma año 2016.

II. METODOS

2.1. Diseño de investigación:

Utilizaremos el diseño descriptivo

2.2. Variables, Operacionalización

Variable Independiente: Percepción

Variables	Definición Conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
Percepción	Es la acción y efecto de percibir , así como la sensación interior que resulta de una impresión material hecha en nuestros sentidos , que deriva en el conocimiento , idea que se genera en las personas.	<p>La variable se medirá a través de la técnica encuesta y un instrumento al cuestionario que será aplicado a los pobladores.</p> <p>Sera una encuesta aplicada a los pobladores la cual se medirá su percepción en cuatro ámbitos , esta encuesta será la escala Likert :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estoy Totalmente de acuerdo - De Acuerdo - Adecuado - Desacuerdo - Estoy totalmente en desacuerdo 	Percepción Social	Interés del poblador en cuidar sus costumbres y tradiciones	Ordinal
				Tradiciones y Costumbres que practica el poblador	Ordinal
				Percepción sobre la actividad turística	Ordinal
				Percepción del poblador sobre el turismo como una actividad laboral	Ordinal
				Percepción del poblador en relación a la migración	Ordinal
				Importancia del poblador sobre la promoción y comercialización del lugar	Ordinal
				Conflictos sociales	Ordinal
			Percepción Ecológica	Importancia del poblador sobre la preservación del lugar	Ordinal
				Importancia del poblador sobre los lugares históricos – culturales	Ordinal
			Percepción Económica	Percepción del poblador en relación a la seguridad publica	Ordinal
				Percepción del poblador en relación al transporte publico	Ordinal
				Percepción del poblador en relación a las oportunidades de empleo que genera el turismo	Ordinal
				Percepción del poblador en relación al comercio	Ordinal
				Percepción del poblador en relación a las actividades del distrito	Ordinal
			Percepción Turística	Percepción del poblador en relación a los proyectos turísticos	Ordinal
				Percepción del poblador sobre los ingresos económicos que percibe por turismo	Ordinal
				Percepción del poblador en relación a los puestos laborales generados	Ordinal

2.3. Población y Muestra

Población

La población según INEI son un total de 42,368.

Muestra:

Pobladores 42,386 para lo cual se aplicará el muestreo no pro balístico para población finita

Fórmula:

$$n = \frac{N (Z)^2 (p)(q)}{(N - 1)(i)^2 + Z^2 pq}$$

$$n = \frac{42,368(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(N - 1)0.05^2 + 1.96^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = 381$$

2.4 Técnicas e instrumentos

Técnicas	Instrumentos
Encuestas	cuestionario tipo encuesta de LIKERT para medir la percepción de la comunidad receptora de la provincia de Casma

2.5 Métodos de análisis de datos

Para analizar los resultados obtenidos se hará uso de la estadística descriptiva (cuadros, gráficos) y el análisis descriptivo se desarrollara la situación tal y como se da no se manipulara ninguna de las variables.

2.6 Aspectos éticos

Se utilizó el método de análisis descriptivo ya que se midió el nivel de percepción para su identificación y descripción con la cual se aplicó métodos estadísticos para la demostración de la hipótesis.

III. RESULTADOS

Identificar la percepción social que posee la comunidad receptora

Tabla 1

Percepción Social

Dimensión	Indicadores	Media	Desviación Estándar	Nivel
Percepción Social	Interés del poblador en cuidar sus costumbres y tradiciones	4.7	0.5	Bueno
	Tradiciones y Costumbres que practica el poblador	4.8	0.4	Bueno
	Percepción sobre la actividad turística	4.8	0.4	Bueno
	Percepción del poblador sobre el turismo como una actividad laboral	4.6	0.5	Bueno
	Percepción del poblador en relación a la migración	3.3	1.7	Regular
	Percepción del poblador sobre la promoción y comercialización del lugar	3.1	1.7	Regular
	Conflictos Sociales	4.2	0.9	Bueno
Total		4.2	5.3	Bueno

Nota: Se comprueba que el promedio de los indicadores de cada dimensión y de cada variable se encuentra en un nivel Buena de 4.2.

Identificar la percepción ecológica que posee la comunidad receptora

Tabla 2

Percepción Ecológica

Dimensión	Indicadores	Media	Desviación Estándar	Nivel
Percepción Ecológica	Importancia del poblador sobre la preservación del lugar	4.1	5.0	Bueno
	Importancia del poblador sobre los lugares históricos-culturales	1.2	0.2	Malo
Total		2.7	2.6	Malo

Nota: Se comprueba que el promedio de los indicadores de cada dimensión y de cada variable se encuentra en un nivel Malo de 2.7.

Identificar la percepción económica que posee la comunidad receptora

Tabla 3

Percepción Económica

Dimensión	Indicadores	Media	Desviación Estándar	Nivel
Percepción Económica	Percepción del poblador en relación a la seguridad pública	4.2	1.1	Bueno
	Percepción del poblador en relación al transporte público	4.6	0.5	Bueno
	Percepción del poblador en relación a las oportunidades de empleo que genera el turismo	4.7	0.5	Bueno
	Percepción del poblador en relación al comercio	4.2	1.1	Bueno
	Percepción del poblador en relación a las actividades del distrito	1.3	0.5	Malo
Total		3.8	0.7	Regular

Nota: Se comprueba que el promedio de los indicadores de cada dimensión y de cada variable se encuentra en un nivel Regular de 3.8.

Identificar la percepción turística que posee la comunidad receptora

Tabla 4

Percepción Turística

Dimensión	Indicadores	Media	Desviación Estándar	Nivel
Percepción Turística	Percepción del poblador en relación a los proyectos turísticos	4.8	0.4	Bueno
	Percepción del poblador sobre los ingresos económicos que percibe el turismo	4.6	0.6	Bueno
	Percepción del poblador en relación a los puestos laborales generados	4.9	0.3	Bueno
Total		4.8	0.4	Bueno

Nota: Se comprueba que el promedio de los indicadores de cada dimensión y de cada variable se encuentra en un nivel buena de 4.8.

Determinar el nivel de percepción de la comunidad receptora sobre la actividad turística de la provincia de Casma

Tabla 5

Distribución de la media y desviación estándar del nivel de percepción

Dimensión	Media	Desviación Estándar	Nivel
Percepción Social	1.5	1.3	Malo
Percepción Ecológica	1.3	0.7	Malo
Percepción Económica	1.0	0.2	Malo
Percepción Turística	1.2	0.1	Malo
Nivel de Percepción	1.3	0.6	Malo

Nota: Se aprecia que el promedio de las dimensiones analizadas brindan un nivel de percepción malo

Tabla 6

	Nivel	Puntaje
1	Malo	1-2
2	Regular	3
3	Bueno	4-5

Tabla 7

Totalmente en desacuerdo	1	Malo
Desacuerdo	2	
Adecuado	3	Regular
De Acuerdo	4	Bueno
Totalmente de Acuerdo	5	

“Taller de interpretación y participación para la comunidad de Casma”

Introducción

La presente propuesta del desarrollo de un taller de interpretación, permitirá a la comunidad receptora de Casma que logre identificar las riquezas con las que cuenta su provincia, además de los beneficios que la actividad turística puede ofrecer y de lograr que la comunidad en conjunto trabaje para una mejora en común , logrando convertir en un destino turístico a su provincia por medio de actividades que ayuden de la mejora de la actividad turística sin dejar de lado las necesidades de los turistas.

Para que la comunidad pueda participar en la actividad turística, debe saber de qué manera puede involucrarse con la actividad turística cómo satisfacer las necesidades del turística .Por tal razón, todas las actividades que desarrollen dentro de la provincia , deben hacerse bien desde el principio y mejorarse cada cierto tiempo.

Gracias a los resultados de las niveles y también a la observación directa aplicada, podremos mejorar la participación de la comunidad receptora para así de esta forma motivarlos, consecuentemente mejorar la calidad de servicio turístico.

Justificación

Este taller tiene como finalidad desarrollar diferentes temas en relación a la actividad turística, de esta manera ayudará para el afianzar el conocimiento de la comunidad receptora e involucramiento de la misma.

Este taller es importante porque ayudara a lograr que la comunidad se involucre con la actividad turística, logrando la satisfacción del turista extranjero y nacional.

Metodología

El taller está estructurado a través de líneas de acción, que conllevan la generación de temarios, trípticos donde se brinda material de información y charlas acerca de la actividad turística llevada a cabo por dos fines de semanas consecutivos, donde se desarrollaran diferentes temas expuestos a cargo de un capacitador profesional

con años de experiencia, guía de profesión sobre la actividad turística asimismo de la provincia de Casma.

Objetivos

Meta Propuesta:

Contribuir a que la provincia de Casma mejore la participación en relación a la actividad turística, llevando a la práctica los diferentes métodos y actividades para lograr una involucramiento por parte de la comunidad receptora de la provincia.

Objetivo General:

- Contribuir a que la provincia de Casma logre participar en la actividad turística

Objetivos Específicos:

- Mejorar la participación de la comunidad receptora.
- Crear nuevas ideas de mejora en relación a la actividad turística.
- Mejorar la calidad del servicio turístico de la provincia de Casma.

Presupuesto

Código	Descripción	Cant.	Unidad de Medida	Precio Unit. S/.	Costo Total. S/.
2.3.1	COMPRA DE BIENES				
2.3.15	Materiales y útiles				
2.3.15.12	Papelería en general, material y útiles de oficina.				
2.3.15.12	Impresiones	5	UNID	S/. 1.50	S/. 7.00
2.3.15.12	Lapiceros	2	UNID	S/. 2.50	S/. 5.00
2.3.15.12	Proyector	1	UNID	S/.45.00	S/.45.00
2.3.15.12	Trípticos	200	UNID	S/./3.00	S/./600
2.3.15.12	Cuadernillos	200	UNID	S/./8.00	S/./1,600
SUB TOTAL					S/./2,257
2.3.27.4	Servicio de procesamiento de datos e informática				
2.3.27.42	Procesamiento de datos				
2.3.27.42	Memoria USB - 8G	1	UNID	S/. 45.00	S/. 45.00
SUB TOTAL					S/./ 45.00

2.3.2	Contratación de servicios				
2.3.21.2	Viaje doméstico				
2.3.21.2	Desayuno	6	UNID	S/. 6.00	S/. 36.00
2.3.21.2	Almuerzo	6	UNID	S/. 7.00	S/. 42.00
2.3.21.2	Cena	6	UNID	S/. 6.00	S/. 36.00
2.3.21.2	Movilidad para Casma	6	UNID	S/. 40.00	S/. 240.00
2.3.21.2	Entrada, tickets para ingresar al museo y el complejo de Sechin	2	UNID	S/. 10.00	S/. 20.00
2.3.21.2	Hospedaje para dos personas	8	DIAS	S/. 50.00	S/. 400.00
2.3.2	Contratación del expositor				
2.3.2	Días de Charlas	4	DIAS	S/. 80.00	S/. 320.00
SUB TOTAL					S/./1,094
2.3.22.4	Servicio de publicidad, impresiones, difusión e imagen institucional				

2.3.22.44	Servicio de impresiones, encuadernados y empastados				
2.3.22.44	Fotocopias	100	HOJAS	S/. 0.10	S/.10.00
2.3.22.44	Impresiones	16	HOJAS	S/. 0.10	S/. 6.00
SUB TOTAL					S/. 16.00
TOTAL					S/. 3,412

Recursos

- Cuadernillos
- Trípticos
- Charlas a cargo de un capacitador profesional
- Proyector

Involucrados

Responsable de la estructuración de la propuesta: Yngrid Celene Galletta Toribio

Beneficiarios:

- La comunidad de Casma.

Involucrados:

- La comunidad receptora de Casma.

Duración: Presencialmente, por el periodo de 2 fines de semana consecutivos a calendario.

Locación: Se entregará material informativo y charlas en el espacio que la municipalidad nos brinde.

IV. DISCUSIÓN

Se trabajó con 4 dimensiones para la variable percepción ya que según el autor Botero (2011), menciona que existen 4 dimensiones dentro de la actividad turística, y estas son la: percepción social, ecológica, económica y turística.

Los resultados obtenidos sobre la percepción social de la comunidad de Casma se determinada como buena con un resultado de 4.2. Asimismo se observa resultados similares en García (2012) en su investigación titulada “La percepción poblacional y su influencia en el desarrollo turístico del distrito de Simbal 2012”, cuyo objetivo es analizar la percepción poblacional y su influencia de desarrollo turístico en el distrito de Simbal. Apoyando la teoría de Brunt (1999), menciona que la percepción de la comunidad se estima como las actitudes positivas o negativas hacia el impulso de la actividad turística dentro de una determinada comunidad, de esta forma se deriva de la percepción; la percepción social en el que se ven involucrados los factores, sociales y culturales, además donde se abordan aspectos como opiniones, creencias, actitudes de la comunidad receptora.

Los resultados obtenido sobre la percepción ecológica de la comunidad de Casma se determina como buena con un resultado de 2.7. Asimismo se observa resultados similares en México (2008) en su artículo titulado como “La percepción de la comunidad en torno al turismo como factor de desarrollo”, cuyo objetivo es identificar la percepción ecológica, sobre la calidad turística con la que cuenta el destino concluyo que. Apoyando la teoría de Botero (2011), menciona que la percepción ecológica refiere a los posibles problemas de contaminación, de deforestación, depredación que observa la comunidad pero debido al incremento del turismo ha podido dar lugar a que se tomen medidas para el mejoramiento y conservación del medio ambiente, es por eso es que de suma importancia que las comunidades y entes públicos participen aplicando normas y estrategias para el cuidado y preservación del ambiente.

Los resultados obtenidos sobre la percepción económica de la comunidad de Casma se determinan como buena con un resultado de 3.8. Asimismo se observa

resultados similares en Campos (2014) en su investigación titulada “Participación de la población y su influencia en el desarrollo de la actividad turística en el distrito de Huamachuco para el año 2016 – La libertad que tiene como objetivo general “Identificar la influencia de las comunidades en la actividad turística en el distrito de Huamachuco”, en la que concluye lograr que la población se involucre con el turismo de esta manera se podrá lograr que aumente la demanda turística, sumando la importancia que el poblador brinda a la actividad turística en un 57% y el rendimiento económico de los pobladores a causa de la actividad de turismo través de generar la creación de negocios y emprendimientos en la ciudad de Huamachuco en un 19%. Apoyando la teoría de Monterrubio (2008) menciona que es un factor importante dentro de la actividad turística tomando en cuenta de las comunidades aportan con sus costumbres, tradiciones al incremento de la actividad turística y que sin la participación de la comunidad no existiría el incremento del flujo turístico.

Los resultados obtenidos sobre la percepción turística de la comunidad de Casma se determinan como buena con un resultado de 4.8. Asimismo se observa resultados similares en Begazo (2005) en su investigación titulada “Competitividad y percepción del servicio turístico peruano año 2005”, que tiene como objetivo Identificar la competitividad y la percepción del servicio turístico peruano, la metodología realizada fue descriptivo – explicativa y sus instrumentos de investigación utilizados son análisis documentos, entrevista directa y encuesta aplicándose a la población. Apoyando la teoría de Faulkner (2005) menciona que hay dos tipos de participación teniendo la privada: En esta participación se encuentra la participación social y comunitaria, aquí se realiza atender el interés común de la comunidad y la participación: Nos dice que cumple aspectos más globales e incluye dentro de este la participación ciudadana y política (p.35).

La participación pública: Nos dice que cumple aspectos más globales e incluye dentro de este la participación ciudadana y política (p.35).

Para lograr que la comunidad receptora de Casma , logre participar sería adecuado realizar un taller de interpretación y participación diseñados para mejorar la

percepción de la comunidad .Asimismo se observa en la Argentina (2011), en su tesis que lleva por título “La percepción de la calidad del destino turístico Mar del Plata”, teniendo como objetivo determinar que la percepción de calidad será mayor en referencia a los elementos de la oferta cuya prestación hace referencia al sector privado. Apoyando la teoría de Según Faulkner (2005) menciona que hay dos tipos de participación y estos son: La participación privada: En esta participación se encuentra la participación social y comunitaria, aquí se realiza atender el interés común de la comunidad y La participación pública: Nos dice que cumple aspectos más globales e incluye dentro de este la participación ciudadana y política.

V. CONCLUSIONES

1. El nivel de la percepción social que posee la comunidad receptora de Casma se encuentra en un nivel Buena de 4.2.
2. El nivel de la percepción ecológica que posee la comunidad receptora de Casma se encuentra en un nivel Malo de 2.7.
3. El nivel de la percepción económica que posee la comunidad receptora de Casma se encuentra en un nivel Regular de 3.8.
4. El nivel de la percepción turística que posee la comunidad receptora de Casma se encuentra en un nivel Bueno de 4.8.

VI.RECOMENDACIONES

Una vez finalizada la investigación en la provincia de Casma, el investigador plantea las siguientes recomendaciones que serán de utilidad a la comunidad receptora de Casma:

- Diseñar mejores servicios e infraestructura que respondan a las necesidades de los turistas, de esta manera garantizar la satisfacción del turista, tal inducción se debe trabajar en conjunto con la municipalidad y entes encargados.
- Promover el desarrollo de nuevos circuitos turísticos en particular los relacionados al turismo de aventura, turismo participativo y turismo cultural, de esta manera los turistas contara con innovadoras opciones de realizar el turismo, dejando una agradable satisfacción y con las ganas de regresar.
- Realizar una evaluación critica a la experiencia de los turistas, teniendo en cuenta una retroalimentación para conocer a fondo las debilidades de la provincia en relación al turismo, de esta manera se podrá mejorar la experiencia de los turistas.
- Promover herramientas con facilidades de traslado como, mapas, señales, sitios web, de esta manera se ayudara a los turistas a desplazarse de una forma más tranquila y segura, además de facilitar a las personas con discapacidad un recorrido mucho más sencilla.
- Fomentar la concientización, y la protección en la comunidad receptora y turistas en valorar los medios naturales por medio de folletos, o charlas como no destruir la flora y fauna.
- Implementar capacitaciones constantes para los guías de turismo de la zona de esta manera se encontraran capacitados para ofrecer un óptimo recorrido a los turistas.

VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Botero,J. (2011) *Percepción de la comunidad como indicador del ciclo de vida de un destino (CVDt)*

Faulkner , B&Tideswell,C. (1997) *A framework for monitoring community impacts of tourism.*

Brunt,P& Courtney,P (1999).*Host perceptions of sociocultural impacts*

Begazo,K. (2005) *Competitividad y percepción del servicio turístico peruano estudio de investigación de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos*

Day,R. (2005). *Psicología de la Percepción Humana*. Limusa Wiley S.

Kozier,B. (1999). *Fundamentos de Enfermería*. Madrid-España: Mc Graw Hill Interamericana.

Guerrero y Toro (2006), *Percepción de los servicios turísticos para cruceros en Puerto Montt de la Universidad Austral de Chile.*

Lefrou,K. (2011) *La percepción de la calidad del destino turístico Mar del Plata - Tesis de la Universidad Internacional de Andalucía Argentina.*

Monterrubio,J. (2008) “*Comunidades receptoras y percepciones : Un estudio sobre turismo*”

OMT (2005) *Actividad turística*. Recuperado el 15 de noviembre de 2005, OMT:
<http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismoglosariobasico>

SECTUR (2011) *Programa Nacional de Turismo 2001-2006.Mexico: Diario oficial*

Anexos

Anexo 1

(Encuesta)

ENCUESTA DE PERCEPCIÓN A LA COMUNIDAD RECEPTORA EN RELACIÓN A LA ACTIVIDAD TURISTICA

A continuación se presentaran una serie de preguntas elaboradas con el propósito de determinar el nivel de percepción de la comunidad receptora de Casma, para ello se le pide responder a todas las preguntas con sinceridad y absoluta libertad. Lee cuidadosamente cada pregunta y seleccione la alternativa que usted considere que refleja su mejor situación, marcando con una "X" la respuesta que corresponda considerando la siguiente escala:

- Estoy totalmente en desacuerdo (1)
- Desacuerdo (2)
- Adecuado (3)
- De acuerdo (4)
- Estoy totalmente de acuerdo (5)

CUESTIONARIO						
N°	ÍTEM	Estoy totalmente de acuerdo (5)	De acuerdo (4)	Adecuado (3)	Desacuerdo (2)	Estoy totalmente en desacuerdo (1)
1	Me siento orgulloso de pertenecer a esta comunidad					
2	Está interesado en le preservación de sus costumbres y tradiciones					
3	Quiere que los turistas vengan a conocer esta comunidad					
4	Está interesado en que la actividad turística genere empleo					
5	La migración es un problema serio de la comunidad					

6	El abuso del alcohol es un problema serio de la comunidad					
7	La promoción y comercialización del lugar es fundamental para el turismo					
8	La provincia se encuentra contaminada					
9	La preservación de los recursos turísticos es fundamental para el turismo					
10	La seguridad publica va a mejorar cuando vengan los turistas					
11	Habr� mejor transporte público si vienen los turistas					
12	El turismo va a generar más empleos para la población local					
13	El turismo va a lograr que se generen más comercios					
14	Es mejor trabajar en otras actividades que en turismo					
15	Un proyecto turístico beneficiaria a la comunidad					
16	Participar en algún proyecto turístico será conveniente para la población					
17	Le gustará que Casma fuese un destino turístico					

Anexo 2

(Validación Alfa Cronbach)

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	30	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,815	17

Anexo 3

(Base de datos para encontrar los niveles)

	PERCEPCIÓN SOCIAL									PERCEPCIÓN ECOLOGICA				PERCEPCION ECONOMICA								PERCEPCION TURISTICA				
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	TOTAL	NIVEL	P8	P9	TOTAL	NIVEL	P10	P11	P12	P13	P14	TOTAL	NIVEL	P15	P16	P17	TOTAL	NIVEL	
1	5	5	5	5	5	5	4	34	BUENO	5	5	10	BUENO	5	5	5	5	1	21	BUENO	5	4	4	13	BUENO	
2	5	5	5	5	5	5	5	35	BUENO	5	5	10	BUENO	4	5	5	5	1	20	BUENO	5	4	5	14	BUENO	
3	5	5	5	5	5	5	5	35	BUENO	5	5	10	BUENO	5	5	5	5	2	22	BUENO	5	5	5	15	BUENO	
4	4	5	5	5	5	5	5	34	BUENO	4	5	9	BUENO	5	5	5	5	1	21	BUENO	4	4	5	13	BUENO	
5	5	5	5	5	5	5	5	35	BUENO	5	5	10	BUENO	5	5	5	5	1	21	BUENO	5	5	5	15	BUENO	
6	5	5	4	5	5	5	4	33	BUENO	5	5	10	BUENO	5	5	5	5	1	21	BUENO	5	5	4	14	BUENO	
7	5	5	5	5	5	5	5	35	BUENO	5	5	10	BUENO	5	5	5	5	1	21	BUENO	5	5	4	14	BUENO	
8	5	4	5	5	5	5	4	33	BUENO	2	5	7	REGULAR	4	5	5	5	1	20	BUENO	4	4	5	13	BUENO	
9	4	4	5	5	5	4	5	32	BUENO	2	5	7	REGULAR	5	5	5	5	1	21	BUENO	5	4	4	13	BUENO	
10	5	5	5	4	5	4	5	33	BUENO	2	5	7	REGULAR	5	5	5	5	2	22	BUENO	4	4	5	13	BUENO	
11	4	5	5	5	5	5	5	34	BUENO	2	5	7	REGULAR	4	5	5	5	1	20	BUENO	5	4	5	14	BUENO	
12	5	5	5	4	5	5	5	34	BUENO	2	5	7	REGULAR	5	5	5	5	2	22	BUENO	5	4	5	14	BUENO	
13	5	5	5	5	5	5	4	34	BUENO	2	5	7	REGULAR	5	5	5	5	1	21	BUENO	5	4	5	14	BUENO	
14	5	5	5	5	5	5	5	35	BUENO	2	5	7	REGULAR	5	5	5	5	1	21	BUENO	5	5	5	15	BUENO	
15	5	5	5	4	5	5	5	34	BUENO	5	5	10	BUENO	4	5	5	5	1	20	BUENO	4	4	5	13	BUENO	
16	4	5	5	4	4	5	5	32	BUENO	5	5	10	BUENO	4	5	4	4	1	18	REGULAR	5	5	5	15	BUENO	
17	4	5	4	4	4	5	5	31	BUENO	5	5	10	BUENO	4	5	4	4	2	19	BUENO	5	5	5	15	BUENO	
18	4	5	5	4	4	5	5	32	BUENO	5	5	10	BUENO	4	5	4	5	1	19	BUENO	5	5	5	15	BUENO	
19	4	5	5	4	4	5	5	32	BUENO	4	5	9	BUENO	4	5	4	5	1	19	BUENO	5	5	5	15	BUENO	
20	4	5	5	4	4	5	4	31	BUENO	5	5	10	BUENO	4	5	4	5	1	19	BUENO	5	5	4	14	BUENO	
21	4	5	5	4	4	5	5	32	BUENO	5	5	10	BUENO	4	5	4	4	2	19	BUENO	5	4	5	14	BUENO	
22	4	5	4	4	4	5	5	31	BUENO	5	5	10	BUENO	4	5	4	5	1	19	BUENO	5	5	5	15	BUENO	
23	4	5	5	4	4	5	5	32	BUENO	5	5	10	BUENO	4	5	4	5	1	19	BUENO	4	4	5	13	BUENO	

24	4	5	5	5	4	5	4	32	BUENO	5	5	10	BUENO	4	5	4	5	1	19	BUENO	5	5	5	15	BUENO
25	5	5	5	4	4	5	5	33	BUENO	4	4	8	BUENO	4	5	4	4	2	19	BUENO	5	5	4	14	BUENO
26	5	4	5	4	4	5	5	32	BUENO	5	5	10	BUENO	4	5	4	5	1	19	BUENO	4	4	5	13	BUENO
27	5	5	5	4	4	4	5	32	BUENO	5	5	10	BUENO	4	5	4	4	1	18	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
28	5	5	5	4	1	4	5	29	BUENO	4	5	9	BUENO	4	5	4	5	2	20	BUENO	5	4	5	14	BUENO
29	5	5	5	4	1	2	4	26	REGULAR	5	5	10	BUENO	4	5	4	4	1	18	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
30	5	5	5	5	1	2	5	28	BUENO	5	5	10	BUENO	5	4	5	4	1	19	BUENO	4	5	4	13	BUENO
31	5	5	4	5	1	2	5	27	BUENO	2	5	7	REGULAR	5	4	5	5	1	20	BUENO	4	5	5	14	BUENO
32	5	5	5	5	1	2	5	28	BUENO	2	5	7	REGULAR	5	4	5	5	1	20	BUENO	4	5	5	14	BUENO
33	5	5	5	4	1	2	5	27	BUENO	5	5	10	BUENO	5	4	5	5	1	20	BUENO	5	4	5	14	BUENO
34	5	5	5	4	1	2	4	26	REGULAR	5	5	10	BUENO	5	4	5	4	1	19	BUENO	4	5	5	14	BUENO
35	5	5	5	5	1	2	5	28	BUENO	5	5	10	BUENO	4	4	5	5	1	19	BUENO	5	5	5	15	BUENO
36	5	5	4	5	1	2	5	27	BUENO	5	5	10	BUENO	5	4	5	5	1	20	BUENO	4	4	5	13	BUENO
37	5	5	5	5	1	2	4	27	BUENO	5	5	10	BUENO	5	4	4	5	1	19	BUENO	5	5	4	14	BUENO
38	5	5	5	4	1	2	5	27	BUENO	4	5	9	BUENO	5	4	5	5	2	21	BUENO	5	5	5	15	BUENO
39	5	5	5	4	1	2	4	26	REGULAR	5	5	10	BUENO	5	4	5	5	1	20	BUENO	4	5	5	14	BUENO
40	4	4	4	5	1	2	5	25	REGULAR	5	5	10	BUENO	4	4	4	2	1	15	REGULAR	4	4	5	13	BUENO
41	5	4	5	5	1	2	4	26	REGULAR	5	5	10	BUENO	5	4	5	4	1	19	BUENO	5	3	5	13	BUENO
42	5	5	5	5	1	2	5	28	BUENO	4	5	9	BUENO	5	4	5	4	2	20	BUENO	5	3	5	13	BUENO
43	5	5	5	4	1	2	5	27	BUENO	5	5	10	BUENO	5	4	5	4	1	19	BUENO	5	3	4	12	BUENO
44	5	4	5	5	4	5	5	33	BUENO	5	5	10	BUENO	5	4	5	4	1	19	BUENO	5	3	5	13	BUENO
45	5	5	5	5	4	5	5	34	BUENO	5	4	9	BUENO	5	4	5	4	1	19	BUENO	5	5	5	15	BUENO
46	5	5	4	5	4	5	5	33	BUENO	5	5	10	BUENO	5	4	5	4	1	19	BUENO	4	5	5	14	BUENO
47	5	5	4	5	4	5	5	33	BUENO	5	5	10	BUENO	5	4	5	4	1	19	BUENO	5	5	5	15	BUENO
48	5	5	5	4	4	5	4	32	BUENO	5	5	10	BUENO	4	4	4	2	1	15	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
49	4	5	5	5	4	5	5	33	BUENO	5	5	10	BUENO	5	4	5	5	2	21	BUENO	5	5	4	14	BUENO
50	4	5	5	5	4	5	5	33	BUENO	5	5	10	BUENO	5	4	5	5	1	20	BUENO	5	5	4	14	BUENO
51	4	4	5	4	4	5	5	31	BUENO	2	5	7	REGULAR	5	4	5	5	1	20	BUENO	4	5	5	14	BUENO

52	4	5	4	5	4	5	4	31	BUENO	2	5	7	REGULAR	4	4	5	5	1	19	BUENO	4	5	5	14	BUENA
53	4	5	4	5	4	5	5	32	BUENO	2	5	7	REGULAR	5	4	4	5	2	20	BUENO	4	4	5	13	BUENO
54	4	5	4	5	4	5	5	32	BUENO	4	5	9	BUENO	5	4	5	5	1	20	BUENO	5	4	5	14	BUENO
55	5	5	5	5	4	5	5	34	BUENO	4	5	9	BUENO	5	4	5	2	1	17	REGULAR	5	4	5	14	BUENO
56	5	5	5	4	5	1	5	30	BUENO	4	5	9	BUENO	4	4	5	4	2	19	BUENO	4	4	5	13	BUENO
57	5	4	5	5	5	1	3	28	BUENO	5	5	10	BUENO	5	4	5	4	1	19	BUENO	5	4	4	13	BUENO
58	5	4	5	5	5	1	3	28	BUENO	5	5	10	BUENO	5	5	5	4	2	21	BUENO	5	4	5	14	BUENO
59	5	4	5	5	5	1	3	28	BUENO	5	4	9	BUENO	5	5	5	4	1	20	BUENO	5	4	5	14	BUENO
60	5	5	5	4	5	1	5	30	BUENO	4	5	9	BUENO	5	5	5	4	1	20	BUENO	4	5	5	14	BUENO
61	5	5	5	4	5	1	5	30	BUENO	5	5	10	BUENO	2	5	5	4	2	18	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
62	5	5	5	4	5	1	4	29	BUENO	5	5	10	BUENO	2	5	5	4	2	18	REGULAR	5	5	4	14	BUENO
63	5	5	5	5	5	1	5	31	BUENO	5	5	10	BUENO	2	5	5	5	2	19	BUENO	4	5	5	14	BUENO
64	4	5	5	5	5	1	5	30	BUENO	5	5	10	BUENO	2	5	5	5	2	19	BUENO	5	5	5	15	BUENO
65	4	5	5	4	5	1	4	28	BUENO	4	5	9	BUENO	2	5	5	5	2	19	BUENO	5	5	5	15	BUENO
66	4	5	5	5	5	1	5	30	BUENO	5	5	10	BUENO	2	5	4	5	2	18	REGULAR	4	4	5	13	BUENO
67	4	5	5	5	5	1	5	30	BUENO	5	5	10	BUENO	2	5	5	5	2	19	BUENO	5	5	5	15	BUENO
68	4	5	5	5	5	1	5	30	BUENO	5	5	10	BUENO	2	5	5	5	2	19	BUENO	5	5	5	15	BUENO
69	5	5	5	5	5	2	3	30	BUENO	4	5	9	BUENO	2	5	4	2	2	15	REGULAR	5	4	4	13	BUENO
70	5	5	5	4	5	2	3	29	BUENO	4	5	9	BUENO	2	5	5	4	2	18	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
71	5	5	5	5	5	2	3	30	BUENO	5	5	10	BUENO	2	5	5	4	1	17	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
72	5	5	5	5	5	2	3	30	BUENO	5	5	10	BUENO	2	5	5	4	1	17	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
73	4	5	4	5	5	2	3	28	BUENO	5	5	10	BUENO	5	5	5	5	1	21	BUENO	4	5	5	14	BUENO
74	5	5	4	4	5	2	3	28	BUENO	5	5	10	BUENO	5	5	5	5	1	21	BUENO	5	5	4	14	BUENO
75	5	5	4	4	5	2	3	28	BUENO	5	5	10	BUENO	5	5	4	2	2	18	REGULAR	5	5	4	14	BUENO
76	5	4	4	4	5	2	3	27	BUENO	5	5	10	BUENO	5	5	5	5	1	21	BUENO	5	4	5	14	BUENO
77	5	5	5	4	5	5	3	32	BUENO	4	5	9	BUENO	5	5	5	5	1	21	BUENO	5	5	5	15	BUENO
78	5	5	5	5	5	5	3	33	BUENO	5	4	9	BUENO	5	5	5	5	2	22	BUENO	5	5	5	15	BUENO
79	5	5	5	4	5	5	3	32	BUENO	4	5	9	BUENO	5	5	5	5	1	21	BUENO	5	5	5	15	BUENO

80	5	5	5	4	5	5	3	32	BUENO	5	5	10	BUENO	5	4	4	5	1	19	BUENO	5	5	5	15	BUENO
81	5	5	5	4	5	5	3	32	BUENO	5	5	10	BUENO	5	4	5	4	1	19	BUENO	5	5	5	15	BUENO
82	5	4	5	5	5	5	3	32	BUENO	5	5	10	BUENO	4	4	5	2	1	16	REGULAR	4	5	5	14	BUENO
83	5	5	5	5	5	5	5	35	BUENO	4	5	9	BUENO	5	4	5	4	2	20	BUENO	5	5	5	15	BUENO
84	5	4	5	4	5	5	5	33	BUENO	5	5	10	BUENO	5	4	5	2	1	17	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
85	5	5	5	5	5	5	5	35	BUENO	5	5	10	BUENO	5	4	5	4	1	19	BUENO	5	5	5	15	BUENO
86	4	5	5	5	5	5	4	33	BUENO	5	5	10	BUENO	5	4	5	5	1	20	BUENO	4	3	4	11	REGULAR
87	5	5	5	4	5	5	5	34	BUENO	2	5	7	REGULAR	5	4	5	4	1	19	BUENO	5	5	5	15	BUENO
88	5	5	5	4	5	5	5	34	BUENO	2	5	7	REGULAR	5	4	4	5	2	20	BUENO	5	5	5	15	BUENO
89	5	5	5	5	5	5	5	35	BUENO	2	5	7	REGULAR	5	5	5	5	2	22	BUENO	5	5	5	15	BUENO
90	5	5	5	5	5	5	5	35	BUENO	2	5	7	REGULAR	4	5	5	5	2	21	BUENO	5	5	5	15	BUENO
91	4	5	5	4	5	5	4	32	BUENO	2	5	7	REGULAR	5	5	4	5	2	21	BUENO	5	4	5	14	BUENO
92	4	5	5	4	4	5	5	32	BUENO	2	5	7	REGULAR	5	5	5	2	2	19	BUENO	4	5	5	14	BUENO
93	5	5	5	4	4	5	5	33	BUENO	2	5	7	REGULAR	5	5	5	5	2	22	BUENO	5	5	5	15	BUENO
94	5	5	5	4	4	5	4	32	BUENO	2	5	7	REGULAR	4	5	5	4	2	20	BUENO	5	5	5	15	BUENO
95	5	5	5	4	4	5	5	33	BUENO	2	5	7	REGULAR	5	5	4	5	2	21	BUENO	5	5	5	15	BUENO
96	5	5	5	5	4	5	5	34	BUENO	2	5	7	REGULAR	5	5	5	4	2	21	BUENO	5	4	4	13	BUENO
97	5	4	5	4	4	5	5	32	BUENO	2	5	7	REGULAR	5	5	5	4	2	21	BUENO	4	5	5	14	BUENO
98	5	5	4	5	4	5	5	33	BUENO	2	5	7	REGULAR	4	5	5	2	2	18	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
99	5	5	4	5	4	5	4	32	BUENO	2	5	7	REGULAR	4	5	5	4	2	20	BUENO	5	5	5	15	BUENO
100	5	4	5	4	4	2	5	29	BUENO	2	5	7	REGULAR	5	5	5	4	1	20	BUENO	5	5	5	15	BUENO
101	5	5	4	5	4	2	5	30	BUENO	5	5	10	BUENO	2	5	5	5	1	18	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
102	5	5	5	5	4	2	4	30	BUENO	5	5	10	BUENO	2	5	5	4	2	18	REGULAR	5	4	5	14	BUENO
103	4	5	5	5	4	2	5	30	BUENO	4	5	9	BUENO	2	5	5	4	1	17	REGULAR	4	5	4	13	BUENO
104	5	5	5	5	2	2	4	28	BUENO	5	5	10	BUENO	2	5	5	5	1	18	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
105	5	5	5	4	2	2	5	28	BUENO	5	5	10	BUENO	2	5	5	5	2	19	BUENO	5	5	5	15	BUENO
106	5	5	5	4	2	2	3	26	REGULAR	4	5	9	BUENO	2	5	5	5	1	18	REGULAR	5	3	5	13	BUENO
107	4	5	4	4	2	2	3	24	REGULAR	5	5	10	BUENO	2	5	4	5	1	17	REGULAR	5	4	5	14	BUENO

108	5	5	5	4	2	2	3	26	REGULAR	4	5	9	BUENO	2	5	5	5	1	18	REGULAR	5	4	5	14	BUENO
109	5	5	5	4	2	2	3	26	REGULAR	5	5	10	BUENO	2	5	5	2	1	15	REGULAR	4	4	5	13	BUENO
110	5	5	5	4	2	2	3	26	REGULAR	5	5	10	BUENO	2	5	5	5	1	18	REGULAR	5	4	5	14	BUENO
111	5	5	4	4	2	4	3	27	BUENO	5	5	10	BUENO	2	5	5	4	1	17	REGULAR	4	4	5	13	BUENO
112	5	4	5	4	2	4	3	27	BUENO	4	5	9	BUENO	5	5	5	4	2	21	BUENO	5	4	5	14	BUENO
113	4	5	5	4	2	4	3	27	BUENO	5	5	10	BUENO	4	5	4	5	1	19	BUENO	5	5	4	14	BUENO
114	4	5	5	4	2	4	3	27	BUENO	5	5	10	BUENO	5	4	4	5	1	19	BUENO	5	5	5	15	BUENO
115	4	5	4	4	2	4	3	26	REGULAR	5	4	9	BUENO	4	4	4	5	1	18	REGULAR	4	5	5	14	BUENO
116	5	4	4	4	2	4	3	26	REGULAR	5	5	10	BUENO	5	4	4	5	1	19	BUENO	5	5	5	15	BUENO
117	5	5	4	4	2	4	3	27	BUENO	4	5	9	BUENO	4	4	5	2	2	17	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
118	5	5	5	4	2	4	3	28	BUENO	5	5	10	BUENO	5	4	5	5	1	20	BUENO	5	5	5	15	BUENO
119	5	5	5	4	2	4	3	28	BUENO	5	5	10	BUENO	5	4	5	5	1	20	BUENO	5	4	5	14	BUENO
120	5	5	4	4	2	4	3	27	BUENO	5	5	10	BUENO	4	4	5	5	1	19	BUENO	4	5	4	13	BUENO
121	5	5	5	4	2	4	5	30	BUENO	4	5	9	BUENO	5	4	5	5	1	20	BUENO	5	5	5	15	BUENO
122	4	5	5	4	2	4	5	29	BUENO	5	5	10	BUENO	4	4	5	4	1	18	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
123	4	5	5	4	2	4	4	28	BUENO	5	5	10	BUENO	4	4	5	4	1	18	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
124	5	5	5	4	2	4	5	30	BUENO	5	5	10	BUENO	5	4	5	5	1	20	BUENO	5	4	5	14	BUENO
125	4	5	4	4	2	4	5	28	BUENO	4	5	9	BUENO	5	4	4	5	1	19	BUENO	5	5	5	15	BUENO
126	5	5	4	5	2	4	5	30	BUENO	5	5	10	BUENO	5	4	5	5	1	20	BUENO	5	5	5	15	BUENO
127	5	5	5	5	4	4	5	33	BUENO	5	5	10	BUENO	5	4	5	5	2	21	BUENO	5	5	5	15	BUENO
128	5	5	5	5	4	4	5	33	BUENO	5	4	9	BUENO	5	4	5	2	1	17	REGULAR	4	5	5	14	BUENO
129	4	5	5	5	4	4	5	32	BUENO	5	5	10	BUENO	5	4	5	5	1	20	BUENO	5	5	4	14	BUENO
130	4	4	5	5	4	4	5	31	BUENO	4	5	9	BUENO	5	4	5	5	1	20	BUENO	4	4	4	12	BUENO
131	4	4	5	5	4	4	5	31	BUENO	5	5	10	BUENO	5	5	4	2	1	17	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
132	4	4	4	5	4	4	4	29	BUENO	4	5	9	BUENO	5	5	5	2	1	18	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
133	5	4	5	5	4	4	5	32	BUENO	5	5	10	BUENO	5	5	5	4	2	21	BUENO	5	5	5	15	BUENO
134	5	5	5	5	4	4	5	33	BUENO	5	5	10	BUENO	5	5	5	2	1	18	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
135	4	5	5	5	4	5	5	33	BUENO	4	5	9	BUENO	5	5	5	5	1	21	BUENO	4	5	5	14	BUENO

136	5	4	5	4	4	5	5	32	BUENO	5	5	10	BUENO	5	5	5	2	1	18	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
137	5	4	5	4	4	5	5	32	BUENO	5	5	10	BUENO	5	5	5	4	1	20	BUENO	5	5	5	15	BUENO
138	5	4	4	5	4	5	5	32	BUENO	5	5	10	BUENO	5	5	5	2	1	18	REGULAR	5	3	5	13	BUENO
139	4	5	5	5	4	5	5	33	BUENO	5	5	10	BUENO	4	5	5	4	1	19	BUENO	4	5	4	13	BUENO
140	5	5	5	5	4	5	4	33	BUENO	4	4	8	BUENO	5	5	5	4	1	20	BUENO	5	4	5	14	BUENO
141	4	4	5	5	4	5	5	32	BUENO	5	5	10	BUENO	5	5	5	4	1	20	BUENO	5	5	5	15	BUENO
142	5	5	5	4	1	5	5	30	BUENO	5	5	10	BUENO	5	5	5	2	1	18	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
143	5	5	4	5	1	5	5	30	BUENO	2	5	7	REGULAR	5	5	5	4	2	21	BUENO	5	5	5	15	BUENO
144	5	5	5	5	1	5	5	31	BUENO	2	5	7	REGULAR	5	5	5	4	1	20	BUENO	5	5	4	14	BUENO
145	4	5	5	5	1	5	4	29	BUENO	2	5	7	REGULAR	5	5	4	2	1	17	REGULAR	5	4	5	14	BUENO
146	5	5	5	5	1	5	5	31	BUENO	2	5	7	REGULAR	5	5	5	4	1	20	BUENO	4	5	5	14	BUENO
147	5	5	5	5	1	5	5	31	BUENO	2	5	7	REGULAR	4	5	5	5	1	20	BUENO	5	5	5	15	BUENO
148	5	5	5	5	1	5	5	31	BUENO	2	5	7	REGULAR	4	4	5	5	1	19	BUENO	5	5	5	15	BUENO
149	4	5	5	5	1	5	4	29	BUENO	2	5	7	REGULAR	4	4	5	2	1	16	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
150	4	5	4	4	1	5	5	28	BUENO	2	5	7	REGULAR	4	4	4	4	2	18	REGULAR	4	5	5	14	BUENO
151	5	5	5	4	1	5	4	29	BUENO	2	5	7	REGULAR	4	4	4	4	2	18	REGULAR	5	4	4	13	BUENO
152	5	4	5	4	1	5	5	29	BUENO	5	5	10	BUENO	4	4	4	5	2	19	BUENO	4	5	5	14	BUENO
153	5	4	5	4	1	5	4	28	BUENO	5	5	10	BUENO	4	4	4	2	2	16	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
154	5	4	5	4	1	5	3	27	BUENO	5	5	10	BUENAO	4	4	4	2	2	16	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
155	4	5	5	4	5	5	3	31	BUENO	2	5	7	REGULAR	4	4	4	5	2	19	BUENO	5	4	5	14	BUENO
156	5	5	5	4	5	5	3	32	BUENO	5	5	10	BUENO	5	4	4	5	2	20	BUENO	4	5	5	14	BUENO
157	5	5	4	4	5	5	3	31	BUENO	4	5	9	BUENO	5	4	4	5	2	20	BUENO	5	5	5	15	BUENO
158	5	5	5	4	5	5	3	32	BUENO	5	5	10	BUENO	5	4	4	5	2	20	BUENO	5	5	5	15	BUENO
159	4	4	5	4	5	5	3	30	BUENO	5	5	10	BUENO	5	4	4	5	2	20	BUENO	4	5	5	14	BUENO
160	5	4	5	5	5	2	3	29	BUENO	5	5	10	BUENO	5	4	4	5	2	20	BUENO	5	4	5	14	BUENO
161	5	4	4	5	5	2	3	28	BUENO	5	5	10	BUENO	2	4	4	2	2	14	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
162	5	5	5	4	5	2	3	29	BUENO	5	5	10	BUENO	2	4	4	5	2	17	REGULAR	5	5	4	14	BUENO
163	4	5	5	5	5	2	3	29	BUENO	5	5	10	BUENO	2	4	4	4	2	16	REGULAR	4	5	4	13	BUENO

164	5	5	5	5	5	2	3	30	BUENO	5	5	10	BUENO	2	4	4	4	2	16	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
165	5	5	5	5	5	2	4	31	BUENO	4	5	9	BUENO	2	4	4	4	2	16	REGULAR	5	4	5	14	BUENO
166	5	5	5	5	5	2	4	31	BUENO	5	5	10	BUENO	2	4	4	2	1	13	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
167	5	5	4	5	5	2	5	31	BUENO	5	5	10	BUENO	5	5	4	2	1	17	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
168	5	5	5	5	5	2	5	32	BUENO	5	5	10	BUENO	5	5	4	2	1	17	REGULAR	4	5	5	14	BUENO
169	4	5	5	5	5	2	5	31	BUENO	5	5	10	BUENO	5	5	5	4	2	21	BUENO	5	5	5	15	BUENO
170	4	5	5	5	5	2	5	31	BUENO	4	5	9	BUENO	5	5	5	4	2	21	BUENO	5	5	5	15	BUENO
171	4	4	5	4	2	2	5	26	REGULAR	5	5	10	BUENO	5	5	5	4	2	21	BUENO	5	4	5	14	BUENO
172	5	5	4	5	2	2	4	27	BUENO	5	4	9	BUENO	5	5	5	5	2	22	BUENO	5	5	5	15	BUENO
173	5	5	5	5	2	2	5	29	BUENO	5	5	10	BUENO	5	5	4	2	2	18	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
174	5	5	5	5	2	2	5	29	BUENO	5	5	10	BUENO	5	5	5	2	2	19	BUENO	5	5	5	15	BUENO
175	5	4	5	5	2	2	5	28	BUENO	4	5	9	BUENO	5	5	5	5	2	22	BUENO	4	5	5	14	BUENO
176	5	5	4	5	2	2	5	28	BUENO	5	5	10	BUENO	4	5	5	2	1	17	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
177	5	5	4	5	2	2	5	28	BUENO	5	5	10	BUENO	5	5	5	2	1	18	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
178	5	4	5	5	2	2	5	28	BUENO	2	5	7	REGULAR	5	5	5	2	1	18	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
179	4	4	5	5	2	2	4	26	REGULAR	5	5	10	BUENO	5	5	5	4	1	20	BUENO	5	4	5	14	BUENO
180	5	5	5	5	2	2	4	28	BUENO	5	5	10	BUENO	5	5	5	4	1	20	BUENO	4	5	4	13	BUENO
181	5	5	5	5	2	1	5	28	BUENO	5	5	10	BUENO	5	5	5	2	1	18	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
182	5	5	4	5	2	1	4	26	REGULAR	5	5	10	BUENO	5	5	4	5	1	20	BUENO	5	5	5	15	BUENO
183	5	5	4	5	2	1	5	27	BUENO	4	5	9	BUENO	5	5	5	4	1	20	BUENO	5	4	5	14	BUENO
184	5	4	5	5	2	1	5	27	BUENO	5	5	10	BUENO	4	5	5	2	1	17	REGULAR	4	5	5	14	BUENO
185	4	5	5	4	2	1	5	26	REGULAR	5	5	10	BUENO	4	5	5	5	1	20	BUENO	5	5	5	15	BUENO
186	5	5	5	5	2	1	5	28	BUENO	4	5	9	BUENO	5	5	5	5	1	21	BUENO	5	4	5	14	BUENO
187	5	4	4	5	2	1	4	25	REGULAR	5	5	10	BUENO	5	5	5	5	1	21	BUENO	5	5	5	15	BUENO
188	5	5	5	5	5	1	5	31	BUENO	5	5	10	BUENO	5	4	4	4	1	18	REGULAR	4	5	5	14	BUENO
189	4	5	5	5	5	1	5	30	BUENO	5	5	10	BUENO	5	4	5	4	1	19	BUENO	5	5	4	14	BUENO
190	5	5	5	5	5	1	5	31	BUENO	5	5	10	BUENO	5	4	5	2	1	17	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
191	5	5	5	5	5	1	4	30	BUENO	4	5	9	BUENO	5	4	5	2	1	17	REGULAR	4	5	5	14	BUENO

192	5	5	5	5	5	1	4	30	BUENO	5	5	10	BUENO	5	4	5	4	2	20	BUENO	4	5	5	14	BUENO
193	5	4	5	5	5	1	4	29	BUENO	5	5	10	BUENO	5	4	4	4	1	18	REGULAR	4	4	5	13	BUENO
194	5	5	5	5	5	1	4	30	BUENO	4	5	9	BUENO	5	4	5	4	1	19	BUENO	5	5	4	14	BUENO
195	5	5	5	5	5	1	4	30	BUENO	5	5	10	BUENO	5	4	5	5	1	20	BUENO	5	5	4	14	BUENO
196	5	5	5	5	5	1	4	30	BUENO	4	5	9	BUENO	5	4	5	5	1	20	BUENO	5	5	5	15	BUENO
197	5	4	4	5	5	1	4	28	BUENO	5	5	10	BUENO	5	4	5	5	2	21	BUENO	5	5	5	15	BUENO
198	4	4	5	4	5	1	4	27	BUENO	5	5	10	BUENO	5	4	5	4	1	19	BUENO	4	4	5	13	BUENO
199	4	5	5	4	5	5	4	32	BUENO	5	5	10	BUENO	5	4	5	4	1	19	BUENO	5	5	5	15	BUENO
200	4	5	5	5	5	5	4	33	BUENO	2	4	6	REGULAR	5	4	4	4	2	19	BUENO	5	5	5	15	BUENO
201	5	5	5	5	5	5	4	34	BUENO	2	5	7	REGULAR	5	4	5	4	1	19	BUENO	5	5	5	15	BUENAO
202	5	5	5	5	5	5	4	34	BUENO	2	5	7	REGULAR	5	5	5	4	1	20	BUENO	5	5	5	15	BUENO
203	5	5	5	5	5	5	5	35	BUENO	2	5	7	REGULAR	5	5	5	2	1	18	REGULAR	4	5	5	14	BUENO
204	5	5	5	5	5	5	5	35	BUENO	2	5	7	REGULAR	5	5	4	5	1	20	BUENO	5	4	5	14	BUENO
205	4	5	5	5	5	5	5	34	BUENO	2	5	7	REGULAR	5	5	5	5	1	21	BUENO	5	5	4	14	BUENO
206	5	5	5	5	5	5	3	33	BUENO	2	5	7	REGULAR	5	5	5	5	1	21	BUENO	5	5	5	15	BUENO
207	5	5	5	5	5	5	3	33	BUENO	2	5	7	REGULAR	5	5	5	5	1	21	BUENO	5	5	5	15	BUENO
208	5	5	5	5	5	5	3	33	BUENO	2	5	7	REGULAR	4	5	5	5	1	20	BUENO	4	4	5	13	BUENO
209	5	4	5	5	5	5	3	32	BUENO	5	5	10	BUENO	5	5	4	5	1	20	BUENO	5	5	5	15	BUENO
210	5	5	4	5	5	5	3	32	BUENO	5	5	10	BUENO	5	5	5	4	2	21	BUENO	5	5	5	15	BUENO
211	4	5	5	4	5	5	3	31	BUENO	5	5	10	BUENO	4	5	5	4	1	19	BUENO	5	5	5	15	BUENO
212	5	5	5	4	5	5	3	32	BUENO	5	5	10	BUENO	5	5	5	4	1	20	BUENO	5	5	4	14	BUENO
213	5	5	5	4	5	5	3	32	BUENO	5	5	10	BUENO	5	5	4	4	1	19	BUENO	4	4	5	13	BUENO
214	4	5	5	5	5	5	3	32	BUENO	4	5	9	BUENO	5	5	4	4	2	20	BUENO	5	5	5	15	BUENO
215	4	4	5	5	5	5	3	31	BUENO	4	5	9	BUENO	4	5	4	2	1	16	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
216	5	5	4	5	5	5	3	32	BUENO	4	5	9	BUENO	5	5	4	4	1	19	BUENO	4	5	5	14	BUENO
217	4	5	5	5	5	5	3	32	BUENO	4	5	9	BUENO	5	5	4	5	1	20	BUENO	5	5	5	15	BUENO
218	5	5	5	5	5	5	3	33	BUENO	4	5	9	BUENO	5	5	4	5	2	21	BUENO	5	5	4	14	BUENO
219	4	5	5	5	5	5	3	32	BUENO	4	5	9	BUENO	5	5	4	5	1	20	BUENO	5	5	5	15	BUENO

220	5	5	5	5	5	5	5	35	BUENO	4	5	9	BUENO	5	5	4	2	1	17	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
221	5	4	5	5	5	1	5	30	BUENO	4	4	8	BUENO	5	5	4	4	1	19	BUENO	4	5	5	14	BUENO
222	4	4	5	5	5	1	5	29	BUENO	5	5	10	BUENO	5	5	4	4	2	20	BUENO	5	5	5	15	BUENO
223	5	4	5	5	5	1	4	29	BUENO	5	5	10	BUENO	5	5	4	5	1	20	BUENO	5	5	5	15	BUENO
224	5	5	5	5	5	1	5	31	BUENO	4	5	9	BUENO	5	5	4	5	1	20	BUENO	5	5	5	15	BUENO
225	5	5	5	5	5	1	5	31	BUENO	5	5	10	BUENO	5	5	5	5	1	21	BUENO	5	5	5	15	BUENO
226	4	5	4	5	5	1	5	29	BUENO	5	5	10	BUENO	5	5	5	5	1	21	BUENO	4	5	5	14	BUENO
227	5	5	5	5	5	1	3	29	BUENO	5	5	10	BUENO	4	5	5	5	2	21	BUENO	5	5	5	15	BUENO
228	5	5	5	5	5	1	3	29	BUENO	2	5	7	REGULAR	5	5	4	5	2	21	BUENO	5	5	5	15	BUENO
229	5	4	4	5	5	1	3	27	BUENO	2	5	7	REGULAR	5	5	5	5	2	22	BUENO	5	4	5	14	BUENO
230	5	5	5	5	1	1	3	25	REGULAR	2	5	7	REGULAR	5	5	5	2	1	18	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
231	4	5	5	4	1	1	3	23	REGULAR	2	5	7	REGULAR	4	5	5	4	1	19	BUENO	5	5	5	15	BUENO
232	4	5	5	4	1	1	3	23	REGULAR	2	5	7	REGULAR	5	4	4	4	1	18	REGULAR	4	5	5	14	BUENO
233	5	5	5	4	1	1	3	24	REGULAR	2	5	7	REGULAR	5	4	5	5	2	21	BUENO	5	5	5	15	BUENO
234	4	5	5	5	1	1	3	24	REGULAR	2	5	7	REGULAR	5	4	5	5	1	20	BUENO	4	5	5	14	BUENO
235	5	5	5	5	1	1	3	25	REGULAR	2	5	7	REGULAR	5	4	5	5	1	20	BUENO	5	5	5	15	BUENO
236	4	5	5	5	1	1	5	26	REGULAR	5	5	10	BUENO	5	4	5	5	1	20	BUENO	5	5	5	15	BUENO
237	4	5	4	5	1	1	5	25	REGULAR	5	5	10	BUENO	5	4	5	4	1	19	BUENO	5	5	5	15	BUENO
238	5	5	5	5	1	1	5	27	BUENO	4	5	9	BUENO	4	4	5	5	2	20	BUENO	4	5	5	14	BUENO
239	5	5	5	5	1	1	5	27	BUENO	5	5	10	BUENO	4	4	4	4	1	17	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
240	5	5	5	5	1	1	5	27	BUENO	5	5	10	BUENO	4	4	5	2	1	16	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
241	4	5	4	5	1	1	4	24	REGULAR	5	5	10	BUENO	4	4	5	4	1	18	REGULAR	4	5	5	14	BUENO
242	4	5	5	5	1	1	5	26	REGULAR	5	5	10	BUENO	4	4	5	4	1	18	REGULAR	5	3	4	12	BUENO
243	5	5	5	5	1	1	5	27	BUENO	4	5	9	BUENO	4	4	5	4	2	19	BUENO	5	5	5	15	BUENO
244	4	5	5	5	1	1	5	26	REGULAR	5	5	10	BUENO	4	4	5	5	1	19	BUENO	5	5	5	15	BUENO
245	5	5	5	5	1	1	5	27	BUENO	5	5	10	BUENO	4	4	5	5	1	19	BUENO	5	5	5	15	BUENO
246	4	4	5	4	1	1	5	24	REGULAR	4	5	9	BUENO	4	4	5	5	2	20	BUENO	4	5	5	14	BUENO
247	5	5	5	4	1	1	5	26	REGULAR	5	5	10	BUENO	4	4	4	5	1	18	REGULAR	5	5	5	15	BUENO

248	5	5	5	4	1	1	4	25	REGULAR	5	5	10	BUENO	4	4	4	5	1	18	REGULAR	5	4	5	14	BUENO
249	5	5	5	4	1	1	5	26	REGULAR	5	4	9	BUENO	4	4	4	5	1	18	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
250	4	5	5	4	1	1	5	25	REGULAR	5	5	10	BUENO	4	4	4	5	1	18	REGULAR	4	5	5	14	BUENO
251	5	5	5	4	1	1	5	26	REGULAR	4	5	9	BUENO	4	4	4	2	2	16	REGULAR	5	5	4	14	BUENO
252	5	4	5	4	1	1	5	25	REGULAR	5	5	10	BUENO	4	4	4	4	1	17	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
253	4	4	5	4	1	1	5	24	REGULAR	5	5	10	BUENO	5	4	4	2	1	16	REGULAR	4	5	5	14	BUENO
254	5	4	4	4	1	1	5	24	REGULAR	5	5	10	BUENO	5	4	4	2	1	16	REGULAR	5	3	5	13	BUENO
255	5	4	5	4	1	1	5	25	REGULAR	5	5	10	BUENO	5	4	4	5	1	19	BUENO	5	5	5	15	BUENO
256	5	4	5	4	1	1	5	25	REGULAR	5	5	10	BUENO	5	4	4	4	1	18	REGULAR	5	5	4	14	BUENO
257	4	4	5	4	1	1	3	22	REGULAR	4	5	9	BUENO	5	4	4	4	1	18	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
258	5	4	5	4	1	1	3	23	REGULAR	5	5	10	BUENO	5	4	4	4	1	18	REGULAR	5	4	5	14	BUENO
259	5	5	5	5	1	1	3	25	REGULAR	4	5	9	BUENO	5	4	5	5	2	21	BUENO	5	5	5	15	BUENO
260	5	5	5	5	1	1	3	25	REGULAR	5	5	10	BUENO	5	4	4	5	1	19	BUENO	4	5	5	14	BUENO
261	4	5	5	5	1	1	3	24	REGULAR	2	5	7	REGULAR	2	5	5	2	1	15	REGULAR	5	5	4	14	BUENO
262	4	5	5	5	1	1	3	24	REGULAR	5	5	10	BUENO	5	5	5	5	1	21	BUENO	5	4	5	14	BUENO
263	4	5	5	5	1	1	3	24	REGULAR	5	5	10	BUENO	5	5	5	5	1	21	BUENA	5	5	5	15	BUENO
264	4	5	5	5	1	1	3	24	REGULAR	5	5	10	BUENO	2	5	5	5	1	18	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
265	5	5	4	4	1	1	3	23	REGULAR	5	5	10	BUENO	5	5	5	5	1	21	BUENO	5	5	5	15	BUENO
266	4	5	5	4	1	1	5	25	REGULAR	5	5	10	BUENO	5	5	5	5	2	22	BUENO	4	5	5	14	BUENO
267	4	4	5	5	1	1	4	24	REGULAR	4	5	9	BUENO	5	5	5	2	2	19	BUENO	5	4	4	13	BUENO
268	4	4	5	5	1	1	5	25	REGULAR	4	5	9	BUENO	2	5	5	4	2	18	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
269	4	4	5	5	1	1	5	25	REGULAR	5	5	10	BUENO	2	5	4	4	2	17	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
270	5	5	5	5	1	4	5	30	BUENO	5	5	10	BUENO	5	5	5	4	2	21	BUENO	5	5	5	15	BUENO
271	5	5	5	4	1	4	4	28	BUENO	5	5	10	BUENO	2	5	5	4	2	18	REGULAR	5	5	4	14	BUENO
272	4	5	5	5	1	4	5	29	BUENO	5	5	10	BUENO	5	5	5	4	1	20	BUENO	5	4	4	13	BUENO
273	5	5	5	5	1	4	5	30	BUENO	5	5	10	BUENO	5	5	5	4	1	20	BUENA	5	5	5	15	BUENO
274	5	5	4	5	1	4	5	29	BUENO	5	5	10	BUENO	5	5	5	2	1	18	REGULAR	4	5	5	14	BUENO
275	4	4	5	5	1	4	5	28	BUENO	4	4	8	BUENO	5	5	5	5	1	21	BUENO	5	5	5	15	BUENO

276	5	5	5	5	1	4	4	29	BUENO	5	5	10	BUENO	2	5	5	5	1	18	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
277	5	5	5	5	1	4	5	30	BUENO	4	5	9	BUENO	5	5	5	5	1	21	BUENO	5	4	5	14	BUENO
278	4	5	5	5	1	4	5	29	BUENO	5	5	10	BUENO	5	5	5	5	1	21	BUENO	5	5	5	15	BUENO
279	5	4	4	5	1	4	5	28	BUENO	5	5	10	BUENO	5	5	5	4	1	20	BUENO	5	5	5	15	BUENO
280	5	5	5	5	1	4	5	30	BUENO	5	5	10	BUENO	5	5	5	2	2	19	BUENO	4	5	4	13	BUENO
281	5	5	5	5	1	4	4	29	BUENO	5	5	10	BUENO	2	5	5	4	1	17	REGULAR	5	4	5	14	BUENO
282	4	5	5	5	1	4	5	29	BUENO	2	5	7	REGULAR	2	5	5	4	1	17	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
283	5	5	5	5	1	4	5	30	BUENO	2	5	7	REGULAR	2	5	5	5	1	18	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
284	5	4	5	5	1	4	5	29	BUENO	2	5	7	REGULAR	2	5	5	5	1	18	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
285	5	4	5	5	1	4	3	27	BUENO	2	5	7	REGULAR	2	5	5	5	1	18	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
286	5	4	5	5	1	4	3	27	BUENO	2	5	7	REGULAR	2	5	4	5	1	17	REGULAR	4	4	4	12	BUENO
287	5	4	5	5	1	4	3	27	BUENO	2	5	7	REGULAR	5	5	4	5	1	20	BUENO	5	3	5	13	BUENO
288	5	5	5	5	1	4	3	28	BUENO	2	5	7	REGULAR	5	5	4	5	1	20	BUENO	5	5	5	15	BUENO
289	4	5	4	5	1	4	3	26	REGULAR	2	5	7	REGULAR	5	5	4	2	1	17	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
290	5	5	5	5	1	4	3	28	BUENO	5	5	10	BUENO	5	5	4	4	2	20	BUENO	5	5	5	15	BUENO
291	5	5	5	4	1	4	3	27	BUENO	5	5	10	BUENO	5	5	4	4	1	19	BUENO	5	5	4	14	BUENO
292	4	5	4	4	2	4	3	26	REGULAR	5	5	10	BUENO	5	5	4	5	1	20	BUENO	4	5	5	14	BUENO
293	5	5	5	4	2	4	3	28	BUENO	5	5	10	BUENO	5	5	4	4	1	19	BUENO	5	4	5	14	BUENO
294	5	5	5	4	2	4	3	28	BUENO	4	5	9	BUENO	4	5	4	4	1	18	REGULAR	5	5	4	14	BUENO
295	4	4	5	5	2	4	3	27	BUENO	5	5	10	BUENO	4	5	4	4	1	18	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
296	4	5	4	5	2	4	3	27	BUENO	5	5	10	BUENO	4	5	4	5	1	19	BUENO	5	5	5	15	BUENO
297	5	5	5	5	2	4	3	29	BUENO	5	5	10	BUENO	4	5	4	5	2	20	BUENO	5	5	5	15	BUENO
298	4	5	5	5	2	4	3	28	BUENO	4	4	8	BUENO	4	5	5	5	2	21	BUENO	5	5	5	15	BUENO
299	5	5	5	5	2	4	3	29	BUENO	5	5	10	BUENO	4	5	5	5	2	21	BUENO	5	3	5	13	BUENO
300	5	5	5	5	2	4	3	29	BUENO	4	5	9	BUENO	4	5	5	5	2	21	BUENO	4	5	5	14	BUENO
301	4	5	4	5	2	4	3	27	BUENO	5	5	10	BUENO	4	5	5	2	2	18	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
302	5	5	5	5	2	4	3	29	BUENO	4	5	9	BUENO	4	5	5	5	2	21	BUENO	5	5	5	15	BUENO
303	5	5	5	5	2	4	5	31	BUENO	5	5	10	BUENO	5	5	5	5	2	22	BUENOP	5	4	5	14	BUENO

304	4	4	5	5	2	2	5	27	BUENO	4	5	9	BUENO	5	5	5	4	1	20	BUENO	5	5	5	15	BUENO
305	5	4	4	5	2	2	4	26	REGULAR	5	5	10	BUENO	5	5	5	4	1	20	BUENO	4	5	4	13	BUENO
306	5	5	5	5	5	2	5	32	BUENO	4	5	9	BUENO	4	5	5	4	1	19	BUENO	4	4	5	13	BUENO
307	5	5	5	5	5	2	5	32	BUENO	5	5	10	BUENO	5	4	5	4	2	20	BUENO	4	5	5	14	BUENO
308	4	5	4	5	5	2	4	29	BUENO	5	5	10	BUENO	5	4	5	4	1	19	BUENO	4	5	5	14	BUENO
309	5	4	4	5	5	2	5	30	BUENO	5	5	10	BUENO	4	4	5	4	1	18	REGULAR	5	4	5	14	BUENO
310	5	5	4	5	5	2	5	31	BUENO	5	5	10	BUENO	5	4	5	2	2	18	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
311	5	5	5	5	5	2	4	31	BUENO	5	5	10	BUENO	4	4	5	4	1	18	REGULAR	5	4	5	14	BUENO
312	4	4	5	4	5	2	5	29	BUENO	5	5	10	BUENO	5	4	4	4	1	18	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
313	5	5	5	4	5	2	5	31	BUENO	5	5	10	BUENO	5	4	5	4	1	19	BUENO	5	5	5	15	BUENO
314	5	5	5	4	5	2	5	31	BUENO	5	5	10	BUENO	5	4	5	5	1	20	BUENO	5	4	5	14	BUENO
315	4	5	5	4	5	1	4	28	BUENO	4	5	9	BUENO	5	4	4	5	2	20	BUENO	4	5	5	14	BUENO
316	5	4	4	5	2	1	5	26	REGULAR	5	5	10	BUENO	5	4	5	5	1	20	BUENO	5	5	4	14	BUENO
317	5	5	5	5	2	1	5	28	BUENO	5	5	10	BUENO	5	5	4	4	1	19	BUENO	5	5	5	15	BUENO
318	5	5	5	5	2	1	5	28	BUENO	5	5	10	BUENO	4	5	5	5	1	20	BUENO	5	3	5	13	BUENO
319	4	4	5	5	2	1	5	26	REGULAR	5	5	10	BUENO	4	5	5	5	1	20	BUENO	4	5	5	14	BUENO
320	5	4	5	5	2	1	4	26	REGULAR	5	5	10	BUENO	5	5	5	5	2	22	BUENO	5	5	5	15	BUENO
321	5	5	5	4	2	1	5	27	BUENO	4	5	9	BUENO	5	5	5	5	2	22	BUENO	5	5	5	15	BUENO
322	5	5	5	4	2	1	5	27	BUENO	5	5	10	BUENO	5	5	5	2	2	19	BUENO	5	5	4	14	BUENO
323	5	5	4	4	2	1	4	25	REGULAR	5	5	10	BUENO	5	5	4	4	2	20	BUENO	5	5	5	15	BUENO
324	4	5	4	4	2	1	4	24	REGULAR	4	4	8	BUENO	4	5	5	4	2	20	BUENO	5	5	5	15	BUENO
325	5	5	4	4	2	1	4	25	REGULAR	5	5	10	BUENO	5	5	5	4	2	21	BUENO	4	3	5	12	BUENO
326	5	5	4	4	2	1	4	25	REGULAR	5	5	10	BUENO	5	5	5	2	2	19	BUENO	5	5	5	15	BUENO
327	5	5	4	4	2	1	4	25	REGULAR	4	5	9	BUENO	5	5	5	5	2	22	BUENO	5	5	5	15	BUENO
328	4	5	5	4	2	1	4	25	REGULAR	5	5	10	BUENO	4	5	5	5	2	21	BUENO	5	3	5	13	BUENO
329	5	5	5	4	5	1	5	30	BUENO	5	5	10	BUENO	5	5	5	5	2	22	BUENO	5	5	5	15	BUENO
330	5	5	5	4	5	1	5	30	BUENO	5	5	10	BUENO	4	5	4	5	2	20	BUENO	5	5	5	15	BUENO
331	4	5	5	4	5	1	5	29	BUENO	5	5	10	BUENO	4	5	4	5	2	20	BUENO	5	3	5	13	BUENO

332	5	5	5	5	5	1	5	31	BUENO	5	5	10	BUENO	4	5	4	5	2	20	BUENO	5	5	4	14	BUENO
333	5	5	5	5	5	1	3	29	BUENO	2	5	7	REGULAR	4	5	4	5	2	20	BUENO	5	4	4	13	BUENO
334	5	4	5	5	5	1	3	28	BUENO	4	5	9	BUENO	4	5	4	5	2	20	BUENO	5	5	5	15	BUENO
335	4	5	5	5	5	2	3	29	BUENO	4	5	9	BUENO	4	5	4	5	2	20	BUENO	4	5	5	14	BUENO
336	5	4	5	5	5	2	3	29	BUENO	2	5	7	REGULAR	4	5	4	5	1	19	BUENO	5	5	5	15	BUENO
337	5	5	5	5	5	2	3	30	BUENO	2	5	7	REGULAR	2	5	4	5	1	17	REGULAR	5	4	5	14	BUENO
338	4	5	5	5	5	2	3	29	BUENO	2	5	7	REGULAR	2	5	4	5	1	17	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
339	5	5	5	5	5	2	3	30	BUENO	2	5	7	REGULAR	2	4	4	2	1	13	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
340	5	5	5	4	5	2	3	29	BUENO	2	5	7	REGULAR	2	4	4	5	2	17	REGULAR	5	3	5	13	BUENO
341	5	5	5	4	5	2	3	29	BUENO	2	5	7	REGULAR	2	4	4	5	1	16	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
342	5	4	5	4	2	2	5	27	BUENO	2	4	6	REGULAR	2	4	4	5	1	16	REGULAR	5	5	4	14	BUENO
343	4	5	4	4	2	2	5	26	REGULAR	4	5	9	BUENO	2	4	4	5	2	17	REGULAR	5	4	5	14	BUENO
344	5	5	4	5	2	2	5	28	BUENO	4	5	9	BUENO	2	4	4	2	1	13	REGULAR	4	5	5	14	BUENO
345	5	4	4	5	2	2	5	27	BUENO	4	5	9	BUENO	2	4	4	5	1	16	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
346	5	5	5	5	2	2	5	29	BUENO	4	5	9	BUENO	4	4	4	2	1	15	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
347	4	4	5	5	2	2	5	27	BUENO	4	5	9	BUENO	5	4	4	5	1	19	BUENO	5	3	5	13	BUENO
348	5	5	5	5	2	2	5	29	BUENO	4	5	9	BUENO	4	4	5	2	2	17	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
349	5	5	5	5	2	2	4	28	BUENO	4	5	9	BUENO	5	4	5	5	2	21	BUENO	4	5	4	13	BUENO
350	5	5	4	5	2	5	5	31	BUENO	5	5	10	BUENO	5	4	4	5	2	20	BUENO	5	5	5	15	BUENO
351	5	4	5	5	2	5	5	31	BUENO	5	5	10	BUENO	4	4	5	5	2	20	BUENO	5	4	5	14	BUENO
352	4	5	5	5	2	5	5	31	BUENO	5	5	10	BUENO	5	4	5	5	2	21	BUENO	5	5	5	15	BUENO
353	5	5	5	5	5	5	5	35	BUENO	5	5	10	BUENO	5	4	5	2	2	18	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
354	5	5	5	5	2	5	4	31	BUENO	5	5	10	BUENO	5	4	4	5	2	20	BUENO	5	5	5	15	BUENO
355	5	5	5	5	5	5	5	35	BUENO	4	5	9	BUENO	5	4	5	4	2	20	BUENO	5	3	5	13	BUENO
356	4	5	5	4	5	5	4	32	BUENO	4	5	9	BUENO	4	4	5	4	1	18	REGULAR	5	5	5	15	BUENO
357	5	4	5	5	5	5	5	34	BUENO	4	5	9	BUENO	5	4	4	2	1	16	REGULAR	4	5	5	14	BUENO
358	5	4	5	5	5	5	5	34	BUENO	4	5	9	BUENO	5	4	5	4	1	19	BUENO	4	5	5	14	BUENO
359	5	4	5	5	5	5	5	34	BUENO	2	5	7	REGULAR	5	4	5	4	1	19	BUENO	5	5	5	15	BUENO

360	5	4	5	5	5	5	5	34	BUENO	2	5	7	REGULAR	5	4	5	4	1	19	BUENO	5	5	5	15	BUENO
361	4	5	5	5	5	5	5	34	BUENO	2	5	7	REGULAR	4	4	5	5	1	19	BUENO	4	4	5	13	BUENO
362	5	5	5	4	5	5	4	33	BUENO	2	5	7	REGULAR	5	4	5	5	2	21	BUENO	5	5	5	15	BUENO
363	5	5	5	4	5	5	5	34	BUENO	2	5	7	REGULAR	5	5	5	5	2	22	BUENO	5	5	4	14	BUENO
364	5	5	5	4	5	5	5	34	BUENO	2	5	7	REGULAR	4	5	5	5	2	21	BUENO	5	5	5	15	BUENO
365	5	5	5	4	5	5	4	33	BUENO	2	5	7	REGULAR	4	5	5	5	2	21	BUENO	5	3	5	13	BUENO
366	4	5	4	4	5	5	3	30	BUENO	2	5	7	REGULAR	2	5	5	5	1	18	REGULAR	5	3	5	13	BUENO
367	4	5	4	4	5	5	3	30	BUENO	2	5	7	REGULAR	2	5	5	5	1	18	REGULAR	5	3	5	13	BUENO
368	5	5	4	4	2	5	3	28	BUENO	2	5	7	REGULAR	2	5	5	5	1	18	REGULAR	5	3	5	13	BUENO
369	4	5	4	4	5	5	3	30	BUENO	2	5	7	REGULAR	2	5	5	5	1	18	REGULAR	5	3	5	13	BUENO
370	5	5	4	5	5	5	3	32	BUENO	2	5	7	REGULAR	2	5	5	5	1	18	REGULAR	4	3	5	12	BUENO
371	5	5	4	5	5	5	3	32	BUENO	2	5	7	REGULAR	2	5	5	2	1	15	REGULAR	4	3	5	12	BUENO
372	4	5	4	5	5	5	3	31	BUENO	2	5	7	REGULAR	2	5	5	5	1	18	REGULAR	4	3	5	12	BUENO
373	4	5	4	5	5	5	3	31	BUENO	2	5	7	REGULAR	2	5	5	5	1	18	REGULAR	4	3	5	12	BUENO
374	4	5	4	5	5	5	3	31	BUENO	2	5	7	REGULAR	2	5	5	5	1	18	REGULAR	5	3	5	13	BUENO
375	4	5	4	5	5	5	3	31	BUENO	2	5	7	REGULAR	2	5	5	5	1	18	REGULAR	5	3	5	13	BUENO
376	5	5	4	5	5	5	3	32	BUENO	2	5	7	REGULAR	2	5	5	5	1	18	REGULAR	5	3	5	13	BUENO
377	5	5	4	5	5	5	3	32	BUENO	2	5	7	REGULAR	2	5	5	2	1	15	REGULAR	5	3	5	13	BUENO
378	5	5	4	5	5	5	3	32	BUENO	2	5	7	REGULAR	2	5	5	2	1	15	REGULAR	5	3	5	13	BUENO
379	5	5	4	5	5	5	3	32	BUENO	2	5	7	REGULAR	2	5	5	2	1	15	REGULAR	5	3	5	13	BUENO
380	4	5	4	5	5	5	3	31	BUENO	2	5	7	REGULAR	2	5	5	2	1	15	REGULAR	5	3	5	13	BUENO
381	5	5	4	5	5	5	3	32	BUENO	2	5	7	REGULAR	2	5	5	2	1	15	REGULAR	5	3	5	13	BUENO

Anexo 4

(Matriz de consistencia para elaboración de proyecto de investigación)

TÍTULO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	"Percepción de la comunidad receptora en el desarrollo del turismo de la provincia de Casma 2016"
PROBLEMA	¿Cuál es la percepción de la comunidad receptora de provincia de Casma ?
HIPÓTESIS	La percepción de la comunidad receptora es negativa, ya que no se encuentra expresada en actitudes, interés o participación.
OBJETIVO GENERAL	Determinar el nivel de percepción de la comunidad receptora sobre la actividad turística de la provincia de Casma año 2016
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<p>Identificar la percepción social que posee la comunidad receptora de la provincia de Casma año 2016.</p> <p>Identificar la percepción ecológica que posee la comunidad receptora de la provincia de Casma año 2016.</p> <p>Identificar la percepción económica que posee la comunidad receptora de la provincia de Casma año 2016.</p> <p>Identificar la percepción turística que posee la comunidad receptora de la provincia de Casma año 2016.</p> <p>Proponer un taller de interpretación y participación turística diseñados a la comunidad receptora de la provincia de Casma año 2016.</p>
DISEÑO DEL ESTUDIO	Descriptivo: X----Y donde X observa a Y
POBLACIÓN Y MUESTRA	La población de Casma
VARIABLES	Variable independiente: percepción

Anexo 5
(Evidencias Digitales)

Encuestado 1



Fotografía tomada por el investigador

Encuestado 2



Fotografía tomada por el investigador

Encuestado 3



Fotografía tomada por el investigador

Encuestado 4



Fotografía tomada por el investigador

Encuestado 5



Fotografía tomada por el investigador

Encuestado 6



Fotografía tomada por el investigador

Encuestado 7



Fotografía tomada por el investigador

Encuestado 8



Fotografía tomada por el investigador